

الإعلام الإلكتروني

الدكتور

عزام محمد الجميلي



بسم الله الرحمن الرحيم

الاعلام الإجتماعي

رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية (2014/8/4073)

الجولي، عزام محمد

الأعلام الاجتماعية/ عزام محمد الجولي/ - عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2014

() ص

ر.أ. (2014/8/4073) .

الواصفات: / الأعلام / التنمية الاجتماعية /

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

Copyright ©
All Rights Reserved

جميع الحقوق محفوظة

ISBN 978-9957-96-052-0

لا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب، أو تخزين مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي وجه أو بأي طريقة إلكترونية كانت أو ميكانيكية أو بالتصوير أو بالتسجيل و خلاف ذلك إلا بموافقة على هذا كتابه مقدماً.



دار غيداء للنشر والتوزيع

تلاص العلمي - شارع الملكة رانيا العبدالله
تلفاكس: +962 6 5353402
م.ب. 520946 عمان 11152 الأردن
جميع المصاف التجارية - الماتيق الأول
خفوي: +962 7 95667143
E-mail: darghidada@gmail.com

الاعلام الإجتماعي

د. عزام محمد الجويلي

الطبعة الاولى

2015 م - 1436 هـ

الفهرس

7	المقدمة
	الفصل الأول
11	الإعلام الالكتروني واقع وطموح
	الفصل الثاني
17	الإعلام التفاعلي
	الفصل الثالث
45	الإعلام الحديث في ظل العولمة
	الفصل الرابع
73	العولمة والتنشئة الاجتماعية
	الفصل الخامس
87	دور الإعلام في دعم المجتمع المدني
	الفصل السادس
111	مدى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع
	الفصل السابع
157	الاعلام الحربي في اطار منظومة الاعلام الوطني الاجتماعي
	الفصل الثامن
175	وثيقة حقوق الطفل
	الفصل التاسع
185	دور الإعلام في تنشئة الأجيال

الفصل العاشر

الأعلام والعولمة الثقافية (آثارها وأساليب مواجهتها) 199

الفصل الحادي عشر

ظاهرة العولمة وتأثيرها على البطالة في الوطن العربي ودور الإعلام 245

المراجع 279

مقدمة

لعل أبرز مظاهر عصرنا الراهن أنه عصر ثورة المعلومات والاتصالات، هذه الثورة التي تركت علامة فارقة في تاريخ الحضارة البشرية وتقدم الإنسان.

وقد تميزت ثورة المعلومات هذه بظهور قنوات اتصال جديدة لا تعرف حدوداً ولا حواجز، فظهور البث الفضائي والانترنت والاتصالات الفضائية، حولت العالم إلى ما يشبه القرية الصغيرة.

هذه المستجدات جعلت العالم أمام صناعة جديدة، إنها صناعة الإعلام، وأصبح الإعلام عصب التطور في عصرنا الراهن. من هنا يبرز دور الإعلام في مجتمعنا العربي الذي لم يقدم الكثير في ثورة المعلومات والاتصالات هذه، بقدر ما كان مستهلكاً ومستورداً لهذه التقنيات ولقد أصبحت وسائلنا الإعلامية الآن تتمكن من أداء دورها المطلوب في التربية والتنشئة الاجتماعية وهذا خير دليل في مواكبة ومعالجة الظواهر الاجتماعية المختلفة.

الفصل الأول

الإعلام الإلكتروني واقع وطموح

الفصل الأول

الإعلام الإلكتروني واقع وطموح

يعدّ الإعلام بمختلف أساليبه ووسائله من أبرز مكوّنات العالم المعاصر في كل معطياته الثقافية والفكرية والأيدلوجية، وتتضح أهمية الإعلام من خلال ما يطرحه من قضايا متنوعة قادرة على التأثير في المتلقي وإحداث تغييرات جذرية في أفكاره ومعتقداته، لا سيما في الوقت الراهن الذي يشهد سيطرة الوسائل التكنولوجية على كامل معطيات الحياة البشرية، بحيث صار بإمكان الإنسان أيا كان توجهه، وأيا كان مكان إقامته قادراً على التواصل مع الآخرين بثوان قليلة، دون أي حواجز أو عوائق.

فمع التطور العلمي غير المسبوق بتنا نعيش اليوم في عصر الثورة المعلوماتية الكبرى التي تجتاح العالم والتي كان لها دورٌ كبير في تغيير مسارات عدة في العالم من حيثيات مختلفة، كالفكر والثقافة والانفتاح على الثقافات المختلفة في العالم بزمانٍ قياسي لم يعهده العالم من قبل.

ومن الجدير بالذكر عندما نناقش مسألة الثورة الرقمية المعلوماتية التي تجتاح العالم اليوم، أن نشير إلى أن الإعلام لم يكن بمنأى عن مثل هذه التطورات، بل قد أصابه تطورات هائلة، وتغيرات كثيرة في كل مستوياته؛ فتأثّر العالم بحضور طاعٍ للإعلام الإلكتروني من خلال وكالات الأنباء والمواقع الإلكترونية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية، سياسيةً كانت أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية، التي أدت بشكل وبآخر إلى تنويع المسألة الإعلامية وإظهار صورة أخرى تنافس الإعلام التقليدي " الكلاسيكي " إذا جاز التعبير، متمثلة بالإعلام الإلكتروني الذي هيا الفرصة وأعطاهم لأشخاص جدد لم يكن لهم دورٌ في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على إدارة خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تمارس عليهم في

مؤسسات الإعلام الكلاسيكية، بحيث تهيأ لكل منهم أن يخوض تجربة خاصة، يبني من خلالها مشاريعه الإعلامية بحسب اهتماماته وميوله.

فضلا عن ذلك فقد ساهم الإعلام الإلكتروني في نشر الفكر والثقافة في العالم وإظهار الرأي والرأي الآخر الذي كان في الغالب - ضمن حدود الإعلام التقليدي - لا يأخذ إلا وجهة نظر واحدة.

أما في الإعلام الإلكتروني فقد تغير الأمر وأصبح بالإمكان إبداء وجهة النظر والرأي لأي موضوع كان مضمونه؛ بحرية وجرأة وبدون قيود أو حدود ولفترة جيدة من الزمن. كما وساهم الإعلام الإلكتروني في خلق صورة جديدة للحرب الدائرة في العالم اليوم بصرف النظر عن مكونات تلك الحرب أو الحروب، من خلال الوسيلة الأسرع في العالم والتي لا ترتبط بحدود؛ ألا وهي الإعلام الإلكتروني.

بالإضافة إلى ذلك ساهم الإعلام الإلكتروني بتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل تجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف بينهم والتعود على تقبلنا للآخر مهما اختلفت وجهات النظر بيننا وأن نبداً بتكوين علاقاتنا وأحكامنا على الآخرين من خلال أفكارهم وانسجامها معنا بصرف النظر عن الجنسية أو الديانة والعمل على توسيع الأفق بيننا في التعامل والتسامح الذي دعت إليه الديانات السماوية كافة.

وهناك العديد من التجارب الشخصية التي خاضها مجموعة من الشباب العربي بإنشاء مواقع إعلامية ثقافية على شبكة الإنترنت، حيث خاضوا تجارب جديرة بالاهتمام في خضم الثورة المعلوماتية والإعلام الإلكتروني، سياسية واقتصاداً وثقافية الخ... وحققوا الكثير من النجاح بخوضهم غمار تجربة الإعلام الإلكتروني، ولمسوا من خلال تجربتهم مدى الوعي الغربي بشأن الإعلام الإلكتروني الذي لا بد أن يكون لعالمنا العربي شأن فيه.

من هنا كان لا بد أن تولي الدول العربية اهتماماً أكبر "بالعالم الرقمي" وخصوصاً الإعلام الإلكتروني كونه يتحمل الآن المسؤولية الكبرى في إحداث التغيير على طبيعة تعاطي المجتمع وخصوصاً الشباب مع متغيرات العصر.

فهناك مسؤوليات كبيرة وتحديات جديدة بالاهتمام تواجه الشباب العربي في خضم الثورة المعلوماتية الكبرى، هم ليسوا بمنأى عنها، ولكن طموحهم أن تتغير العقلية العربية في كيفية التعاطي مع مقتضيات العصر الراهن، وخصوصاً بما يتعلق بالفكر والانفتاح الإيجابي على العالم الذي جاء من خلال الثورة المعلوماتية الكبرى التي تجتاح العالم اليوم.

الفصل الثاني

الإعلام التفاعلي

Interactive Media

الفصل الثاني

الإعلام التفاعلي

Interactive Media

مقدمة في تطور الإعلام والمعلومات

مرت وسائل الاتصال بعدد من الثورات بعد مرحلة الإشارات والعلامات ابتداء من اختراع جوتنبرج للطباعة والمطبوعة مروراً باختراع اللاسلكي الذي تطور لاختراع الراديو والتلفزيون ثم الأقمار الاصطناعية والانترنت والألياف الضوئية، والتزاوج بين الانترنت كوسيلة اتصال حديثة وبين الوسائل التقليدية.

لقد مثل ظهور الكمبيوتر أهم حدث منفرد في تاريخ التكنولوجيا، فقد كانت أجهزة الكمبيوتر العامل الأساسي للتغير خلال الخمسين سنة الماضية وبخاصة في مجال المال والتجارة والاقتصاد وفي إطار عملية التطوير والتأثير في المجتمع بصفة عامة ولذلك نطلق على هذا العصر عصر المعلومات في كل الميادين The Information Age

ومن ذلك ميدان الهندسة الوراثية والطب والفضائيات Aerospace وتكنولوجيا المركبات ذات الدفع Automotive Technology وكثير غيرها، وما يزال تأثير الكمبيوتر يزداد ويتسع وأصبحت صناعة الحوسبة تلخيصاً للتكنولوجيا الفائقة High Technology.

يتفق العلماء على أننا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي، ونحن نعيش فعلاً مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيات الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لاستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعال، وتشكل المعلومات أساساً في التنوير والتطوير، ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب فإنه يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يعتمد على العلم في كل شئ بعيداً عن العشوائية والارتجالية، ويشير مصطلح تفجر المعلومات Information

Explosion إلى اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كافة مجالات النشاط الإنساني مما يؤدي إلى النمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري، وتشتت الإنتاج الفكري، وتنوع مصادر و أشكال المعلومات كالدوريات والكتب والبحوث والبيانات والندوات والمؤتمرات والرسائل العلمية الجامعية وبراءات الاختراع، والمواصفات القياسية مما يحتاج إليه مجتمع المعلومات Information Society.

التكنولوجيا Technology هي بوجه عام المعرفة وأدوارها التي يستخدمها الإنسان للتأثير في العالم الخارجي، ولها عنصران يكمل بعضها بعضا، العنصر المادي المتمثل في الآلات والمعدات والعنصر العلمي والمنهجي الذي يشمل الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج تلك الوحدات المادية، لذا نجد أن تكنولوجيا الاتصال Communication Technology تقوم على عاملين

الأول: الفكري والمعرفي ويتمثل في علم الاتصال.

الثاني: المادي والتقني المتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال المعلومات وصولا إلى تكنولوجيا المعلومات ومرحلة التفاعلية.

ماهو الاتصال:

جوهر عملية الاتصال Communication Process هو المشاركة في الأفكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو نشاط أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء والاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين.

الاتصال هم العملية الأم أو الرئيسة التي تشتمل على عمليات فرعية أو أنشطة متنوعة مختلفة من حيث الأهداف وتتفق جميعا فيما بينها على أنها عمليات اتصال

بالجماهير، ومن ذلك الإعلام بأنواعه ومستوياته والحرب النفسية والدعوة والعلاقات العامة. المعلومات Information هي المادة الخام لعملية الاتصال بأشكالها وألوانها تهدف إلى توصيل الإشارة أو الرسالة وهي المعلومة والإعلام عنها، وتتصل المعلومات بجوهر أي تعامل بشري بين فرد وجماعته أو بين مجموعة ومجموعة أخرى.

يشترك كل من علم الاتصال وعلم المعلومات في الاستفادة والاستناد إلى نظرية المعلومات Information Theory وهي فرع من النظرية الإحصائية لعلوم الاتصال لصاحبها " كلود شانون Claude Shannon " عام 1948 التي تهدف إلى قياس محتوى المعلومات في الرسائل الاتصالية، والاستخدام الأساسي لهذه النظرية في علوم الاتصال وبخاصة تصميم أجهزة الاتصالات ذات الذكاء والكفاءة.

نخلص من ذلك إلى أن تطور وسائل الاتصال أدى إلى تجسيد نظرية مارشال ماكلوهان (العالم قرية صغيرة) أي أن تكنولوجيا الاتصال كسرت الحدود والمسافات والمستويات فكان الهاتف أهم وسيلة اتصال انتشرت في بداية القرن العشرين والتلفزيون في منتصفه، والانترنت في أواخر القرن العشرين فتحول العالم بذلك إلى القرية الالكترونية والتي يسودها هذه الأيام ثورة وسائل الاتصال الجماعي ومن أبرزها " الفيس بوك، وتويتر"، وغير ذلك ومن أهم سمات التطور التكنولوجي الاتصالي في المرحلة الالكترونية كما يلي:

1. اختراع وسائل اتصال جديدة وفق وظائف جديدة.
2. مساهمة وسائل الإعلام الجديدة في تطوير الإنتاج الإعلامي.
3. خدمت شبكة الانترنت وسائل الإعلام الجماهيري وعملت على تطويرها وعولمتها، والإنسان حر في اختيار الوسيلة المناسبة.
4. حجم المعلومات المتاحة زاد من فرص الحصول على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة في عملية إرسال المعلومات واستقبالها.

5. هذه التكنولوجيا تسعى إلى تحطيم الحواجز وتخليص الإعلام من التلقي السلبي إلى التلقي الإيجابي أي عملية التفاعل، فالمشارك لم يعد سلبيا بل هواييا انتقالي.

6. ظهور الإعلام المتخصص الموجه لفئات معينة Narrowcasting.

7. أدى التطور إلى عولمة وسائل الإعلام عن طريق الاتصال والتواصل بالإمكانيات التكنولوجية المتطورة والتكنولوجيا التفاعلية Interactive Tech، وتكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط Multi Media Communication Tech، وهي التي أدت إلى تحطيم الحواجز بين ماهو جمهوري أو لا جمهوري Demassfication.

فإن التطور التكنولوجي أدى إلى دور شديد التأثير في وسائل الإعلام التي أصبحت بالفعل السلطة الأولى قبل سلطات التشريع والتنفيذ والقضاء بفعل قدرتها على التأثير والتغيير كما نرى هذه الأيام في ثورات الشباب بفضل وسائل التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " وهو ما يؤكد المقولة المشهورة عن الزعيم البولندي البارز " ليش واليسا: عندما سئل عن أسباب انهيار الأنظمة الشيوعية في دول شرق أوروبا والاتحاد السوفييتي فقال باختصار " إن كل ما حدث بدا من التلفزيون "

ومع تطور البث الفضائي والسموات المفتوحة والتعددية الإعلامية وسهولة إطلاق الفضائيات عند توفر المال والتقنيات اللازمة، انطلق في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي ومن أبرزها " الفيس بوك " الذي لعب دورا مهما وفاعلا في ثورات الشباب التي تطوف في البلاد العربية والنامية وتهدد الدول الكبرى في بعض الأحيان.

ومن هنا تأتي أهمية دراسة هذا المساق " الإعلام التفاعلي " وندرس في ذلك عددا من

المواضيع نجملها على النحو التالي:

1- مقدمة عامة

2- في مفهوم الإعلام التفاعلي

3- علاقة الإعلام التفاعلي بدرجة الوعي السياسي والاجتماعي

- 4- أنواع الإعلام التفاعلي وأخلاقياته
 - 5- المدونات الالكترونية وحرية التعبير
 - 6- الفيس بوك وتأثيراته على المجتمعات الحديثة
 - 7- الصحافة التفاعلية والرقمية
 - 8- الكتاب الالكتروني
 - 9- الراديو الرقمي
 - 10- التلفزيون التفاعلي
 - 11- الإعلان التفاعلي
 - 12- العلاقات العامة عبر الانترنت
 - 13- السينما التفاعلية
 - 14- تعميم استمارة للتعرف على مدى استخدام طلاب الجامعة للإعلام التفاعلي.
 - 15- تأثير وسائل الإعلام التفاعلي على المجتمع الفلسطيني
 - 16- مناقشات عامة في ضوء نتائج مضمون الاستمارة.....
- مفهوم الإعلام التفاعلي

شهد العالم منذ منتصف القرن العشرين قفزات تكنولوجية هائلة من أهمها نظم الاتصالات فظهر مجتمع المعلومات Information Society، نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصالات الفضائية ذات القدرة الفائقة على تجاوز حدود الزمان والمكان، وتكنولوجيا الحاسبات الالكترونية القادرة على تخزين البيانات بكثرة وسهولة في الاسترجاع وفي ثوان قليلة، وساعد ذلك على ظهور شبكة المعلومات عن طريق وسائل الاتصال الفورية على الأرض وأومن خلال الفضاء فأضافت هذه الشبكات بعدا مهما على قدرة الإنسان على توسيع معارفه وتخزينها وترتيبها وإنتاج المعلومات وبنائها والتعامل معها في الحال.

الانترنت شبكة اتصالات عالمية ضخمة جدا تربط عشرات الآلاف من شبكات الحاسبات المختلفة الأنواع والأحجام فهي نظام اتصالي يسمح لأجهزة الكمبيوتر بتبادل الاتصال بعضها مع بعض فهي وسيلة اتصالية تعاونية تضم مجموعة هائلة من شبكات الكمبيوتر المنتشرة عالميا ، فالانترنت ليست وسيلة اتصال منفردة Single Medium، بل هي مجموعة واسعة المدى من وسائل الاتصال، وهذا يؤكد أن مصطلح شبكة المعلومات يشير إلى اشتراك مؤسستين أو أكثر من مؤسسات المعلومات كالمكتبات أو مراكز وبنوك المعلومات في نظام تعاوني يسمح لأي طرف عضو في الشبكة أن يسترجع ما يحتاج إليه من المعلومات، أما مصطلح الشبكات Networks هو البديل لمصطلح النظم Systems.

وهناك نوعان من الشبكات، إحداهما للمعلومات العامة، والثاني للمعلومات المتخصصة، يتركز حوالي 60% منها في الولايات المتحدة الأمريكية وفي أوروبا حوالي 26%، وباقي الدول 14%.

- أما شبكة الانترنت Internet فهي أكبر شبكات المعلومات في العالم وأكثرها تشعبا وانتشارا تقوم على أحدث تكنولوجيا الاتصال في بث المعلومات إلى ملايين المشتركين فهي الشبكة التي تنسج خيوطا حول العالم تتفاعل على المستوى العالمي من خلال شبكة واسعة من أجهزة الكمبيوتر ذات الاتصال المتبادل.

ماهر الاتصال التفاعلي؟ Interactive Communication

- وفق الخدمات لنظام الاتصال عبر الانترنت والأهداف التي تتحقق من خلال الاستخدام المتواصل، هناك ثلاث خدمات رئيسية يقدمها الانترنت للمستخدمين كما يلي

1- الاتصال من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى وأكثر لأغراض شخصية أو عامة.

2- التفاعل: أي استخدام الانترنت للتسلية أو التعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.

3- الإعلام والمعلومات: استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية.

ماهو التفاعل؟

جاء في معاجم اللغة العربية أن التفاعل من الأصل اللغوي، فعل الشئ فعلا وفعالا أي عمله، وافتعل الشئ أي اختلقه، وانفعل كذا تأثر به، انبساطا أو انقباضا فهو منفعل، ويقال تفاعلا أي أثر كل منهما في الآخر، والتفاعل عملية كيميائية يتم من خلالها تحويل بعض المعادن النفيسة إلى الخسيسة، أي أن عملية التفاعل الكيميائي أن تؤثر مادة في مادة أخرى فتغير تركيبها الكيميائي.

- يرى الباحثون أن التفاعل يعني مرسل ومتلقي ومن أهم خصائص التفاعل الاستجابة Responsiveness أي أن الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية.

- يتم استخدام مصطلح الاتصال التفاعلي بديلا لمصطلح الاتصال الجماعي من خلال الكمبيوتر.

- الاتصال التفاعلي هو الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية.

- الاتصال التفاعلي يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى.

- الاتصال التفاعلي يعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email Sites.

- للدكتور محمود علم الدين في مقالة في صحيفة الأهرام رأي في مستويات سبعة لاستفادة الصحف من الانترنت كما يلي:

- 1- المستوى الأول: الانترنت مصدر للمعلومات وكأداة مساعدة للتغطية الإخبارية والأحداث العاجلة والتعرف على الكتب والإصدارات الجديدة.
 - 2- المستوى الثاني: الانترنت وسيلة اتصال بالمصادر الخارجية والمندوبين والمراسلين وما يتم من اجتماعات.
 - 3- المستوى الثالث: وسيلة اتصال تفاعلي من خلال توسيع دائرة الاتصال عن طريق البريد الالكتروني.
 - 4- المستوى الرابع: الانترنت وسيلة اتصال للنشر الصحفي من خلال إصدار نسخ من الجريدة وملخص لها أو قواعد للبيانات أو إصدار جرائد ومجلات كاملة.
 - 5- المستوى الخامس: الانترنت وسيط إعلاني يزيد من دخل الجريدة من الإعلانات التي يتم نشرها.
 - 6- المستوى السادس: الانترنت أداة للتسويق والخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحفية من خلال إنشاء موقع أو أكثر يقدم معلومات أساسية عن تطورها وإنجازاتها.
 - 7- المستوى السابع: تقديم خدمات معلوماتية من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلى مزود للمشاركين بالخدمات مثل خدمات التعميم وإصدار الصحف والنشرات لحساب الغير.
- ومن خلال الدراسات والبحوث التي تناولت وسائل الإعلام الجديدة
 - (الانترنت) نلاحظ أنها تسهم في تطوير هذه البحوث والدراسات وفي إثراء المضمون المعلوماتي.
 - العلاقة التفاعلية: أي العلاقة الثنائية الاتجاه التي تسمح للمرسل والملقي بتبادل الآراء والأدوار من خلالها وبفرصة متساوية للمشاركة في عملية الاتصال، ويستطيع المشاركون في عملية الاتصال التأثير على ادوار الآخرين.
 - ما هي أنواع الإعلام التفاعلي؟

- ما أخلاقيات المعلومات في ظل الإعلام التفاعلي؟

- مآدور المدونات الالكترونية في تدعيم التعددية الإعلامية في الوطن العربي؟ وما تأثير

ذلك على هذه المجتمعات؟

أنواع الإعلام التفاعلي

- تحدثنا عن مراحل ثورات الاتصال بدءا من مرحلة الإشارات والعلامات مروراً بمرحلة

التخاطب والكتابة والطباعة ووسائل الاتصال الجماهيري الراديو والتلفزيون والفضائيات

والبث المباشر وصولاً إلى وسائل الإعلام الجديدة والتواصل الاجتماعي من خلال ثورة

الكمبيوتر ومنتجات هذه الشبكة العنكبوتية، ثم تحدثنا عن مفهوم الإعلام التفاعلي لنصل

إلى أنواع الإعلام التفاعلي.

- يقتضي ذلك العودة قليلاً إلى الوراء في مراجعة سريعة إلى مراحل مخاطبة وسائل

الإعلام للجماهير والتي نقتبسها من دراسة للدكتور " سامي الشريف " في المؤتمر العلمي

الرابع لشعبة علوم الإعلام في الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

1- مرحلة الصفوة Elite يكون في هذه المرحلة الجمهور صغيراً نسبياً من القطاعات

الأكثر ثراءً وتعليماً والرسالة وفق أذواق الصفوة

2- مرحلة التخصص Specialized وتتميز بظهور جماعات مفككة ذات مصالح خاصة

ومحددة.

3- مرحلة التفاعل Interactivity وتتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب

أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيساً لتحرير

المجلة التي يختارونها، وهذا التفاعل يقتضي امتزاج أربعة عناصر أساسية وهي:

التعليم العالي، الوفرة والغنى، وقت الفراغ، حجم السكان.

- في ضوء هذه المراحل الأربعة نشير إلى ثورة الأقمار الاصطناعية في سياق تطور تكنولوجيا الاتصال والقنوات المتخصصة التي زادت من التفاعل مع الجماهير عبر ثلاث تطورات وهي:

أولاً: التلفزيون الكابلي Cable Tv

نشأت خدمة التلفزيون الكابلي أواخر الأربعينيات في الولايات المتحدة لتحسين الخدمة التلفزيونية عام 1946، ثم انتشر التلفزيون الكابلي في الدول المتقدمة وتعرثر تطبيقه في الدول الأخرى ومنها الدول النامية التي اعتمدت الكابل الهوائي Mulit أقل تكلفة وخدمة عالية الجودة.

ثانياً: القمر الصناعي المباشر (DBS Direct Broadcasting Satellite)

ساهم القمر الصناعي المباشر في نقل البيانات والمعلومات داخل وخارج الحدود في سرعة وبحد أدنى من التشويش وتغطي مسافات شاسعة، وقد مرت الأقمار الصناعية للاتصالات بمرحلتين:

أ - مرحلة أقمار التوزيع

وقد تم استخدام هذا النظام على نطاق واسع خلال السبعينيات في عدة مجالات مرورا بالمحطة الأرضية التي تقوم بدور حارس البوابة Gate Keeper وهذه الخدمات هي:

- تبادل البرامج التلفزيونية بين الهيئات المختلفة.
- تجميع الأخبار التلفزيونية Satellite News Gathering
- توصيل الإشارة التلفزيونية إلى شركات الكابل.
- توصيل الإشارة التلفزيونية لمحطات الإرسال التلفزيوني.
- تحقيق الخدمة التلفزيونية متعددة القنوات في الفنادق والتجمعات السكنية عن طريق أنظمة التوزيع الداخلي.

ب - مرحلة أقمار البث المباشر DBS

بدأت هذه المرحلة في الثمانينيات حيث تسمح بنقل المواد والبرامج التلفزيونية مباشرة من القمر الصناعي إلى أجهزة الاستقبال في المنازل دون المرور بالمحطات الأرضية أو النظم الكابلية، ووفق هذا النظام يستقبل القمر الصناعي من المحطات الأرضية الإشارة التلفزيونية ويقويها ثم يعيد بثها إلى أجهزة الاستقبال المنزلية المباشرة، ويسود فضاء العالم خمس شبكات أو منظمات رئيسية للأقمار الصناعية للاتصالات التلفزيونية وهي:

1- الرابطة الدولية لأقمار الاتصال Intelsat وقد أطلقت أول قمر صناعي لها عام 1965.

2- المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية Inmarsat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام 1976.

3- منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية Inter sputnik وأطلقت أول قمر صناعي عام 1962.

4- منظمة أقمار الاتصال الأوروبي Eutel Set وأطلقت أول قمر صناعي عام 1971.

5- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية Arab sat وأطلقت أول قمر صناعي لها عام 1985.

وهناك أقمار صناعية أخرى أطلقها كل من إسرائيل وإيران والهند.

ثالثاً: التلفزيون الرقمي Digital Television

يمثل التلفزيون الرقمي ثورة في عالم البث التلفزيوني بما يملك من إمكانيات بث ثماني قنوات في الحيز الترددي لقناة تلفزيونية، ويوفر البث الرقمي نوعية صورة عالية الدقة والوضوح ويضمن صوتاً أنقى وسعراً أرخص وقد تم استخدامه أوائل عام 1993، وفي ضوء ذلك ظهرت القنوات المتخصصة للبرامج والجمهور.

- بعد ثورة الأقمار الاصطناعية والبث المباشر والبث الرقمي جاءت ثورة تفجر المعلومات عبر شبكة المعلومات الدولية Internet وتقنيات الواقع الافتراضي التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي ونظم دعم اتخاذ القرار، ونظم المعلومات الرقمية التي أصبحت عنصرا استراتيجيا فعلا داخل المؤسسات على المستوى العالمي وفق القوانين والالتزام بالتطبيق والتعاون في التنفيذ.
- في ضوء ذلك ظهر الفيديو تكست Video Text في عقد الثمانينات، و نمو الانترنت، وتطوير شبكة الويب أوائل التسعينيات من القرن العشرين مما زاد من التفاعلية والانتشار خارج الزمان والمكان والسرعة وانخفاض التكاليف وبخاصة حاسني السمع والبصر.
- في هذه الثورة انتقل الانترنت من مملكة العلماء والخبراء ليصل إلى الأفراد في أي مكان وأي وقت طالما توفر للفرد جهاز الكمبيوتر.
- أضاف البريد الالكتروني Electronic mail خاصية أخرى للملايين عبر العالم وهي الدفع النقدي الالكتروني من حساب بنكي إلى حساب آخر وفق البطاقات الائتمانية Credit Card وغيرها من الخدمات.
- وعرفنا من ذلك النشرات الإخبارية Bulletin Boards وكذلك الندوات وخطوط الدردشة Chat lines وظهرت الجرائد الالكترونية ونشرات خاصة بالصحة والدواء وظهرت الشبكة القومية للبحث العلمي Research Education Network National التي تديرها الحكومة الأمريكية لربط الجامعات بواسطة الألياف البصرية Fiber Optics للمشاركة في المعلومات والموارد اللانهائية ثم الوصول إلى التعليم عم بعد Learning Distant عبر الفيديو كونفرنس.
- أما خطوط الدردشة Chat Lines، فقد انتشرت انتشارا كبيرا بين الشباب من خلال الانترنت بشئ من حب الاستطلاع والتسلية وما لحقت بذلك من ملاحظات ايجابية وسلبية.

- ظهر كذلك الجماعات الإخبارية News Group بأنواعها سواء ذات الفكر العميق الإيجابي والبناء أو التي يشوبها تصرفات غير أخلاقية مما يتطلب شكلا من الرقابة، كما حدث مع القرار الذي اتخذته كمبيو سيرف Compu Serv عام 1996 في الولايات المتحدة الأمريكية بمنع وصول أعضاء هذه الجماعات لحوالي 200 عنوان معروف ببثه للصور الفاضحة وأشكال أخرى من النشر يباح فيه نشر كل شئ والرقابة هنا ليست سهلة، وبخاصة مع كثرة المواقع على شبكة الويب حيث اندلعت مواجهات حول القضايا المتعلقة بالتعديل الأول لحرية التعبير First Adment Free Speech في الدستور الأمريكي الذي اوجد انقساماً بين مؤيد ومعارض.
- نخلص من ذلك أن استخدام شبكة المعلومات الدولية والاستفادة من تقنيات الاتصال الالكتروني يمثل الوجه الحسن لهذه الشبكة، أما الوجه الآخر فهو ما يعرف بالرسائل المزعجة Span التي يستقبلها مستخدمو البريد الالكتروني بدون رغبة رغم محاولة التعطيل بطريقة Block Span.
- ومن ذلك ظهر موقع يوتيوب والذي ظهر في فبراير 2005 ويعد ذلك فتحاً باهراً في عالم الانترنت من حيث الفكرة حيث تشاهد عدداً من اللقطات المصورة والطريقة والنادرة.
- ظهر كذلك المجموعات البريدية التي تكتفي بتسجيل الاسم والبيانات وتستطيع أن ترى أحدث ما وصل إليه إبداع العقل العربي في مجال بث الصور بأنواعها.
- أما الفيس بوك 2004 ، فقد بدأ على الانترنت منذ سنوات بجامعة هارفارد الأمريكية بجهود الطالب " مارك جوكر بيرك " بغرض تجميع زملائه في الجامعة لتبادل الأخبار وصورهم وآرائهم ليكتسب شعبية واسعة والذي أدى نجاحه إلى إغراء شركة مايكروسوفت العالمية لشراء 5% من أسهم الموقع بمبلغ يتراوح بين 300-500 مليون جنيه، ولعل ما جرى في تونس ومصر 2011/01/25 من ثورة أدت إلى استقطاب الملايين وإجبار الرئيس حسني مبارك إلى سلسلة

من إجراءات الإصلاح انتهت بالتخلي عن منصب رئيس الجمهورية وتكليف الجيش بإدارة شؤون البلاد في يوم الجمعة الموافق 2011/02/11

– هذه الثورة المعروفة بثورة الفيس بوك تحتاج إلى دراسة متعددة المحاور للتعرف على مدى تأثير مواقع الاتصال الاجتماعي على المجتمع في جميع الميادين، والتعرف على أنواع هذه المواقع والمدونات التي بدأت في فبراير 2004 في مصر ومع الحرب على العراق عام 2003، وما يحدث هذه الأيام في مناطق مختلفة من بلدان العالم.

السؤال؟

- إلى أي مدى يمكن أن تكون هذه المواقع وسائل للتدمير والتشويه والفوضى؟
- إلى أي مدى يمكن أن تكون هذه المواقع وسيلة للبناء والتعمير والإنتاج؟
- ما المعايير التي تحكم هذه المواقع للتأثير؟
- ما أنواع هذه المواقع؟
- أين فلسطين وقضيتها من هذه المواقع؟
- المدونات الالكترونية والتعددية الإعلامية
- أدى ظهور الانترنت في مطلع التسعينيات من القرن العشرين إلى إحداث تغيرات مهمة في خريطة الإعلام العربي وأفسحت المجال إلى تعددية إعلامية افتراضية ساهمت في تطوير أساليب الاعتماد على الوسائل الإعلامية التقليدية وأتاحت لفئات وجماعات أخرى خارج النخب الحاكمة لإسماع صوتها عبر مواقع عدد من الصحف الافتراضية الجديدة والمواقع الإخبارية والمنتديات والقوائم البريدية والمواقع الشخصية لبعض السياسيين ورجال الدين والاقتصاد والأفراد المهتمين.

- من أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت ظاهرة المدونات التي تتيح للفرد العادي المستخدم للانترنت أن يكون صحفيا وكاتبا ومنتجا للمعلومات وقادرا على إسماع صوته للآخرين متجاوزا قيود وموانع الوسائل التقليدية.

- اكتسبت ظاهرة المدونات " البلوجز " زخما كبيرا مع تطور تقنيات الإعلام الجديد، وأحدثت ردود فعل عديدة على المستويين الرسمي والشعبي، كما أثارت جدلا مستمرا بين المعنيين من السياسيين والإعلاميين والأكاديميين والمختصين والمهتمين باعتبارها " صحافة بديلة " أو أنها منفذ جديد للتعبير الحر دون رقابة، كما أثارت نوعا من الشك في أن تكون سببا في التفتيت وإثارة النعرات الطائفية.

1- ما هي المدونات الالكترونية؟

2- متى نشأت؟ وكيف تطورت؟

3- ما السمات العامة لهذه المدونات كإعلام جديد؟

4- ما دور المدونات الالكترونية في عملية الاتصال والإعلام؟

5- ما دور هذه المدونات في التعددية الإعلامية؟

6- ما موقع هذه المدونات في المجتمع الفلسطيني؟

7- ما تأثير هذه المدونات على السياسة الإعلامية الفلسطينية؟

8- ما العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة المدونات؟

9- ما المفردات والمصطلحات التي تستخدمها هذه المدونات في الخطاب الإعلامي في

الشأن الفلسطيني؟

10- ما المقترحات التي نراها مناسبة لتقويم هذه المدونات؟

أولا: في مفهوم المدونات: Web logs

- جاء في المعجم الوجيز دَوْن الديوان أي أنشأه، وجمعه، ودَوْن الحديث أي جمعه ورتّبه.

- المدونات كمصطلح تتكون من مقطعين (ويب Web) أي الشبكة الدولية للمعلومات، و (لوج Log) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معنا سجل التدوين.
- المدونة: هي صفحة انترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام، مؤرخة، مرتبة ترتيبا تصاعديا أو تنازليا وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، وتعطي الحق للقراء من التعليق مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون.
- للمدونة تعريفات مختلفة حسب نوع الحقول المعرفية حسب الباحثين ومن ذلك: تعرف شبكة مايكروسوفت المدونات بأنها:
- " صحف ويب شخصية، يتم تحديثها باستمرار، وتساعد الشركات الصغيرة والكبيرة على نشر رسائلها التسويقية، وتزيد من قدرة الناس على التشارك في الأفكار والمعلومات على المستوى العالمي "
- يعرف موقع Accenture المدونات بأنها:
- " مواقع ويب تفاعلية تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان "
- تعرف شركة تكنوراتي المتخصصة في محركات البحث بأنها:
- " صحيفة شخصية على الويب، تسمح لملايين الناس بالنشر السهل لأفكارهم والتعليق على ذلك، وهي سهلة مرنة وديناميكية أقرب إلى المحادثة من الأرشيف "

كلية هارفارد للقانون تعرف المدونة بأنها:

- " سلسلة هرمية مرتبة من النصوص والصور والعناصر الإعلامية، والبيانات المرتبة زمنياً ويمكن قراءتها على الويب، والترتيب متتابع ولكل منها عنوان منفرد ورابط ووصف مختصر لها "

ومن التعريفات العامة:

- " أن المدونة موقع انترنت شخصي يتضمن شكلاً من أشكال اليوميات العامة، يديرها في الغالب شخص واحد أو أكثر، وهناك مدونات لجماعات، ومؤسسات، وشركات تتضمن قائمة بالأفكار والروابط.

- بوجه عام فقد استقر غالبية المدونين العرب على تعريب المصطلح

- (Blog) من الانجليزية على مفرد، (مدونة) التي تعبر عن التدوين أو التسجيل على صفحات الانترنت التي ينشئها أصحابها لتسجيل يومياتهم وملاحظاتهم وآرائهم وخواطرهم على شكل يوميات أو مذكرات.

ثانياً: في النشأة والتطور

- يعود مصطلح Web Logs إلى مدون أمريكي اسمه " جون برجر Jorn Barger " الذي ابتكره في ديسمبر عام 1997 لوصف عملية التسجيل على صفحات الويب.

- كلمة Blog، فقد ظهرت على يد الأمريكي " بيتير هولر " عام 1999 الذي كتب مصطلح Web Log في موقعه لأول مرة، كما دخلت كلمة Blog باللغة الانجليزية مشتقة من كلمتين " Web + Log " في قاموس " ويبستر واكسفورد ".

- أما مخترع الويب فهو " Tim Burners' Lee " وذلك بالاحتفاظ بقائمة يتم تحديثها باستمرار التي تضم كل مواقع الويب الجديدة بمجرد ظهورها.

- في عام 1993 بدأت " نيتسكيب " في إظهار ما أسمته (ما الجديد What's New) على برامج التصفح الخاص بها.

- شهد عام 1994 قيام (جاستن هال Justin Hall) بإطلاق موقع يقدم روابط للمواقع غير المعروفة.
- في عام 1997 قدم " ديف وينر Dave Winer من خلال شركته " يوزر لاند User Land " عددا من البرامج الخاصة بمحتوى المواقع والمدونات مثل:
Radio User Land, Manila, Frontier
- في عام 1997 دشن Jorn Barger مصطلح المدونة Web Log.
- في نوفمبر 1998 نشرت " كاميرون باريت Cameron Barret " أول قائمة بمواقع المدونات على موقع Cam Word.
- في بدايات عام 1999، دشن بيتر مير هولز مصطلح التدوين Blog وهي اختصار لكلمة Web Blog أي Blog فقط.
- في عام 1999 أيضا أنشأت بريكتي آيتون Brigitte Eaton أول بوابة الكترونية مخصصة للمدونات على الانترنت ضمت نحو خمسين مدونة.
- وفي نفس عام 1999، أطلقت شركة " بيتاس Pitass " أول برنامج مجاني لإنشاء المدونات الشخصية.
- في أغسطس 1999، أطلقت شركة مختبرات بيرا Pyra Labs في سان فرانسيسكو موقع وبرنامج التدوين الأشهر والأكثر استخداما Blogger.com، الذي ساهم في انتشار التدوين بين مستخدمي الانترنت من خلال أدوات سهلة، حيث بلغ عدد المسجلين عليه عام 2002 نحو 1,1 مليون مستخدم، وبلغ عدد المدونات النشطة على الموقع نحو 200 ألف مدونة، وهو ما دفع شركة جوجل إلى شراء الموقع عام 2003 الذي أحدث انطلاقة هائلة في المدونات وبخاصة في الحرب على العراق عام 2003 وفي الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2004 وهو ما زاد من وعي الجماهير بالمدونات التي أصبح عددها بالملايين وهو ما شجع الصحف الكبرى والإذاعات الدولية والمنظمات الدولية إلى إنشاء مدونات على مواقعها وتنظيم مسابقات دولية لاختيار أفضل مدونة.

ثالثاً: سمات وخصائص المدونة:

- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الالكتروني.
- المدونات بداية ثورة جديدة في صناعة النشر.
- قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجاناً.
- لا تحتاج المدونات إلى تصريح للنشر.
- تنقل الصحافة والإعلام إلى آفاق جديدة واسعة.
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.
- المدونات نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.
- ساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم " الصحفيون المواطنون Citizen Journalists "
- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.
- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني.
- المدونات نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد والقائم على المؤسسات الإعلامية.
- تختلف المدونات في بعض الأحيان عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الانترنت كمواقع الويب والمنتديات وجماعات الأخبار والبريد الالكتروني لأنها تهتم بالتاريخ والتوثيق.
- المدونات أكبر من المنتديات وساحات الحوار لأنها تحول الأفراد من مجرد في الخبر والمعلومة إلى منتج وصانع للأخبار والمعلومات.
- لذلك أصبح المدونون صناع الإعلام الجديد وهو رقم مهم في الإعلام الدولي وعالم الانترنت.
- إذن...
- من هم المدونون؟

- ما سمات مضمون المدونات؟
- ما مميزات المدونات عن المواقع الشخصية على الويب؟
- ما المميزات الفنية للمدونات في إطار الإعلام التفاعلي؟
- ما دور المدونات في دعم حرية التعبير والتعددية؟
- ما موقع المدونات في الإعلام العربي؟
- متى عرفت فلسطين المدونات؟ وما تأثيرها على المجتمع؟
- ما الطابع السياسي للمدونات العربية؟
- ما دور الرقابة في عمل المدونات العربية؟
- ما العوامل التي ساعدت على انتشار المدونات في العالم العربي؟
- ما موقع المدونات في ضوء ظاهرة الفيس بوك وتأثيرها على الأنظمة العربية؟
- تابع المدونات
- من هو المدونون؟
- هم مؤرخو العصر، الذين يوثقون أدق التفاصيل.
- هم شرائح من الرجال والنساء المشتركين في خدمات التدوين.
- هم الصناع الجدد للإعلام أو الإعلاميون الجدد.
- هم رقم مهم في عالم الانترنت والإعلام الدولي.
- هم اليوم مراجع مفيدة لكبريات الصحف العالمية والفضائيات.
- هم الصحفيون المواطنون Citizen Journalists أي هم غير الصحفيين المحترفين، أي أنهم يجتهدون في جمع ونشر الأخبار.
- هم مواطنون عاديون ليس شرطاً أن يكونوا مؤهلين في الإعلام.
- هم صحفيون ليس لديهم تصريح رسمي كالصحفيين العاديين.
- هم مرسلون جماهيريون على أساس أن رسائلهم تصل إلى عدد غير محدود وغير معروف من الجماهير.
- السؤال..

توقف عند هذه الإجابات عن المدونين في ضوء معرفتك لمفهوم المدونات في سياق الإعلام الجديد وبين رأيك، وإلى أي مدى تعتقد أنهم يستطيعون الوفاء بهذه الأدوار؟

● السؤال الثاني..

يقول نيكولاس نيجروبونتي في كتابه (الحياة الرقمية Being Digital) "يؤدي التطور التكنولوجي إلى أفول الإعلام الجماهيري لصالح الإعلام البديل" فسر هذه العبارة في ضوء ثورة المدونات والفييس بوك.
ما سمات مضمون المدونات؟

- قلنا في المحاضرة السابقة بأن المدونات نوع جديد من الإعلام والنشر الإلكتروني، وهي نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي مثل اختراع الطباعة في عالم الصحافة. فما هو إذن مضمون هذه المدونات؟
- بعض المدونات تهتم بالسرد لليوميات والمشاهد والخواطر.
- بعض المدونات تسمح للزوار بإضافة التعليقات والآراء.
- المدونات شخصية مجانية لا تستهدف الربح وقد تكون مدعومة بعض الأحيان.
- المدونات تسمح للإعلانات كمصدر للتمويل والربح.
- تشبه المدونات مواقع (الويكز Wikis)
- هي مواقع جماعية مفتوحة تتم أعمالها يتم تحديثها، وإعادة تحريرها من قبل أشخاص كثيرين.

● ما أنواع المدونات حسب المضمون؟

– يصنف ديرستين المدونات في خمسة أنواع:

- 1- المدونات الشخصية للأخبار والآراء، وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملية التواصل الإخباري المتعلق بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.
- 2- مدونات الأخبار والتعليقات، وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالباً ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.
- 3- مدونات الترويج والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.
- 4- مدونات المال والأعمال والمهنية، وتشمل مدونات المديرين ومساعدتهم.
- 5- المدونات المؤسسية الداخلية لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

● سمات جمهور المدونات:

- جمهور غير محدد وغير معروف القائم بالاتصال أو صاحب المدونة.
- جمهور قادر على المشاركة والتفاعل بالرأي والتحليل والمعلومات مع صاحب المدونة وفي مساحة مفتوحة.
- هذه العلاقة بين الجمهور وأصحاب المدونات تساعد على تشكيل مجتمعات افتراضية متوافقة في الفكر والرأي.
- يرى " Kaye " أن جمهور المدونات يشبه إلى حد كبير المستخدمين الأوائل لشبكة الانترنت في السمات الأساسية وهي:
" معظم الجمهور من الذكور ومن العرق الأبيض، ومن ذوي الدخل المرتفع، ومن المستوى التعليمي العالي "
- ولذلك يرى " Kaye " أن ذلك ضعف في النظام الاتصالي عبر المدونات ولا يجعلها وسيلة إعلام جماهيرية.

- ومن سمات هذا الجمهور أن له قنوات أخرى غير المدونات وغير خاضعة لوسائل الإعلام التقليدية.

- يرى "ناردي" أن جمهور المدونات وفقا لمعرفتهم بالمدون وهما:

- 1- جمهور المدون الخاص: ويشمل معارف وأصدقاء وعائلة المدون.
- 2- جمهور المدون العام: وهو الذي يستطيع الوصول إلى المدونة من خارج العائلة والأصدقاء.

● ما خصائص المدونة بوجه عام؟

تتميز المدونة كوسيلة للاتصال بما يلي:

- يتم إنشاؤها وإدارتها من جانب شخص أو مجموعة صغيرة.
- لا تستطيع الحكومة أو الشركات الكبرى احتكار المدونة مثل وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الويب.
- يمكن إخفاء اسم صاحبها ولذلك فهي تمتلك حرية في التعبير أكثر من غيرها.
- تهتم بأخبار صاحبها في مختلف الأحداث والقضايا الخاصة والعامة وتعتمد على الوسائط المتعددة التفاعلية ويمكن أن تكون صحيفة متكاملة.
- تأخذ شكل اليوميات المرتبة زمنيا وحسب فئات بسيطة.
- يتم تصميمها من خلال أدوات تفاعلية محددة تتيح للزائر التصفح بيسر والتعليق عليها والانتقال إلى مواقع أخرى عبر روابط الويب فهي تأتي في شكل نصوص مفهرسة.
- لها معايير شبه دولية نتيجة استخدام طريقة شبه موحدة عالميا في الإنشاء والإدارة والتصميم.
- تتسم بحرية أوسع في التعبير الحر عن الآراء ووجهات النظر والأسلوب الذاتي لصاحبها.
- وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية وبخاصة في الدول التي لا تسمح بالتعددية السياسية والإعلامية.

● المدونات في الوطن العربي:

- الثابت أن معرفة العرب بعصر المعلومات وتقنياتها كان سريعا إلى حد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.
- بدأت المدونات العربية بوجه عام في مطلع عام 2003 مع الغزو الأمريكي لدولة العراق من ذلك:
- 1- حوليات صاحب الأشجار، وسردال، وطبي المتصل، وطق حنك وغيرها من المدونات التي تبث من داخل وخارج الوطن العربي.
- 2- يعد عام 2006 عام انفجار النشر على المدونات في الوطن العربي وأصبحت تمثل ظاهرة إعلامية جديدة بالرغم من نسبتها القليلة بسبب ظاهرة الخوف من التعبير الحر.
- 3- تتوزع المدونات بشكل غير متساو على الدول العربية، وتأتي مصر في المرتبة الأولى، يليها السعودية ثم الكويت والمغرب.
- 4- غلب على المدونات العربية الطابع السياسي بالرغم من أن المدونات بدأت في دول الخليج وبخاصة في الكويت والبحرين.
- 5- أول موقع تدوين في الوطن العربي (كويت، بلوغ) وذلك بسبب المستوى المعيشي المرتفع ورغبة في التعبير الحر.
- 6- بالرغم من النشأة الخليجية للمدونات العربية إلا أن المدونين المصريين هم الذين أعطوا للمدونات زخما وحيوية في الوطن العربي.
- 7- اتخذت المدونات العربية طابعا يتناسب مع الأقطار العربية وحسب جهاد الخازن في زاويته في الحياة الدولية فان المدونات المصرية صورة حية ومثيرة للعنف الرسمي في مواجهة المتظاهرين وفي العراق تعكس حالة المجتمع، وفي الأراضي الفلسطينية تهتم بالمواجهة مع سلطات الاحتلال، وفي السعودية إجماع على مشكلة واحدة وهي مقص الرقيب ووحدة خدمات الانترنت.

● ما عوامل انتشار المدونات في الوطن العربي؟

- التطور التكنولوجي الهائل وتدفق المعلومات.
- غياب المنافذ الإعلامية للتعبير لجميع الآراء والمستويات.
- سهولة استخدام اللغة العامية بين الشباب.
- اهتمام وسائل الإعلام العربية بالمدونات ودورها.
- اهتمام كبار الكتاب بالمدونات ومتابعتها.
- القبض على بعض المدونين واعتقالهم في بعض البلاد.
- مشاركة أصحاب المدونات في المسابقات الدولية.
- اهتمام المدونين بالإصلاح السياسي والاجتماعي.
- وأخيرا الأوضاع السياسية للأنظمة العربية وانحسار الديمقراطية.
- سوء الأوضاع المعيشية.

الفصل الثالث

الإعلام الحديث في ظل العولمة

الفصل الثالث

الإعلام الحديث في ظل العولمة

أولاً: مفهوم العولمة وتعريفها

ظهر مصطلح العولمة أولاً باللغة الإنجليزية وترجم إلى اللغات الأخرى ومنها العربية وقد جرى تناول كلمات أخرى في اللغة العربية ترجمة للفظ الإنجليزي "Globalization" منها الكوكبة، والكونية والكنوننة ولكن يبدو الآن غلبة لفظ عولمة على غيره من الألفاظ للدلالة على هذه الظاهرة".

والعولمة في اللغة اسم مصدر على وزن " فوعلة " مشتقة من كلمة " العالم " نحو القولة وهي جعل الشئ في شكل القالب الذي يحتويه، والعولمة تعنى جميع النشاطات الإنسانية في نطاق عالمي، بمعنى جعل العالم كله مجالاً للنشاطات الإنسانية المتعددة.

و صياغة تعريف دقيق للعولمة، تبدو مسألة شاقة نظراً لتعدد وجهات النظر، حول نشأتها ومصادرها وأصولها ومبادئها، والتي تتأثر أساساً بضرورة حتمية، بانحيازات الباحثين الأيديولوجية واتجاهاتهم إزاء هذه العولمة رفضاً أو قبولاً، فالخلاف في وجهات النظر في العولمة بين اليسار واليمين، بين الاشتراكية والرأسمالية، بين النظم الوطنية والتابعة، بين الخصوصية والعولمة، وأيضاً وهو مهم للغاية، بين وجهة نظر إسلامية ووجهة نظر غير إسلامية.

على رغم من ذلك اختار الباحث مجموعة من التعريفات للعولمة وهي كما يلي:
حيث يعرفها عبد الرشيد عبد الحافظ بأنها: الدوران في فلك الأقوى فالعالم الآن لابقاء فيه إلا للأقوياء ولاكلام إلا لمن يمتلك القوة، أما الضعفاء فهم مقهورون مغلبون وعليهم أن يكونوا دائماً تبعاً لمن هو أقوى منهم يدورون في فلكه ويأثمرون بأمره".

ويعرفها كمال الدين مرسى بأنها " وصول الرأسمالية التاريخية عند منعطف القرن العشرين تقريباً إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة التبادل والتجارة والسوق والاستخراج

إلى عالمية دائرة الإنتاج وإعادة إنتاجها أي حقبة ثالثة متميزة تنضاف إلى مرحلة الاستعمار التجاري الأول ومرحلة الإمبريالية الكلاسيكية اللاحقة " .

ويعرفها الدكتور بركات مراد (مركزة العالم في حضارة واحدة) أي إعادة إنتاج العالم وفقاً لثقافة واحدة هي ثقافة الجهة صاحبة المشروع وهي تعرف (بأنها تشكيل وبلورة العالم بوصفه موقفاً واحداً، وظهور لحالة إنسانية عالمية واحدة) " ويشير الباحث المصري محمد مبروك العولمة هي تحقيق مصالح النخب الرأسمالية والنخب الحليفة، على حساب شعوب العالم، فالعالم يتم تقسيمه إلى مراكز وهوامش، وكلما ازداد ثراء المركز، ازداد فقر الهوامش، فإذا كان الميكانيزم الأساسي للعولمة هو تعاضد أسعار المواد الأولية، وكانت الأخيرة هي المقوم الأساسي لثروة الدول الفقيرة، فإن تنامي العولمة، يعني سحق الدولة الفقيرة لحساب الدول الغنية " .

ويعرفها حاكمي بوحفص " بأنها السيطرة المطلقة على العالم وهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على مقدراته، خاصة أن الإستراتيجية تسعى للسيطرة على العالم ومقدراته بدون خسائر أو حروب وكأن الرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون في كتابه انتصار بدون حرب إلى نشر القيم الأمريكية إذا ما أرادت أمريكا أن تصبح زعيمة العالم. " .

ثانياً: عوامل ظهور العولمة

هناك عدة عوامل ساعدت على انتشار ظاهرة العولمة وتأصيلها كظاهرة كونية

أهمها :

1. التقدم الكبير في المجال التكنولوجي و المعلوماتي من خلال تطور الاتصالات و ظهور الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة ..
2. زيادة التحالفات والتكتلات الدولية والإقليمية، الآسيان، الإتحاد الأوربي، النافتا
3. ظهور منظمات دولية مثل المنظمة العالمية التجارية.
4. التحالفات الإستراتيجية لشركات عملاقة عالمية خاصة في المجالات المصرفية والصناعية والنفط.

5. ظهور معايير الجودة العالمية.
6. تزايد حركة التجارة و الإستثمارات الأجنبية.
7. وجود مشاكل جديدة علمية مثل التلوث البيئي، غسيل الأموال و البطالة و الهجرة غير الشرعية
8. المخدرات و التي تتطلب تعاون دولي ومزيد من التنسيق و إيجاد مفاهيم جديدة يتعلق بالتنمية المستدامة.
9. تركيز الثروة في أيدي عدد قليل من الدول.
10. تزايد هيمنة الاحتكارات الكبرى و الشركات العابرة للقارات توفر بيئة ملائمة تساعد الولايات المتحدة الأمريكية لتلعب دور الدركي العالمي دون أي مواجهة بالإضافة إلى عوامل أخرى يمكن تسميتها بالعوامل الشرطية، كلها عوامل أدت إلى انتشار ظاهرة العولمة كظاهرة كونية فيها التراجع الذي حدث في دور الدولة خاصة في المجالات الإنتاجية في العقود الأخيرة الماضية.
11. محاولات الولايات المتحدة لتفكيك ما يسمى بالدول الكبرى مثل الإتحاد السوفيتي. و يمكننا القول أن بعد الانهيار السوفيتي وتربع الولايات المتحدة الأمريكية على عرش العالم حرص الليبرالية الجديدة تحت مسمى العولمة لتغزو كل الدول داعية إلى حرية انتقال رأس المال وإلغاء الحدود و الحواجز الجمركية لتعزيز حرية المبادلات التجارية مما أدى إلى تباعد النشاط المالي عن النشاط الاقتصادي حيث نجد أن من أصل 1500 مليار دولار تدخل العمليات اليومية على المستوى العالمي نجد 1% فقط يوظف لاكتشاف ثروات جديدة أما الباقي فيدور في إطار المضاربات ويمكن تسمية هذا النظام الاقتصادي المعاصر باعتباره اقتصاديا دوليا أكثر تكاملا و اندماجا بالعولمة.

ثالثاً: أهداف العولمة

أ. أهداف العولمة من وجهة نظر مؤيديها :

وأهم هذه الأهداف هي:

- توحيد الاتجاهات العالمية وتقريبها بهدف الوصول إلى تحرير التجارة العالمية (السلع ورؤوس الأموال).
- محاولة إيجاد فرض للنمو الاقتصادي العالمي.
- زيادة الإنتاج العالمي و توسيع فرص التجارة العالمية.
- تسريع دوران رأس المال على المستوى العالمي من خلال ما يسمى Back Office
- التعاون في حل المسائل ذات الطابع العالمي (الأسلحة المدمرة، مشاكل البيئة، المخدرات، الإرهاب).
- فتح الباب على مسرعيه في مجال التنافس الحر.
- تدفق المزيد من. الإستثمارات الأجنبية.
- ب. أهداف العولمة من وجهة نظر المعارضين:
- فرض السيطرة الاقتصادية و السياسية و العسكرية على شعوب العالم.
- هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على اقتصاديات العالم من خلال سيطرة الشركات الأمريكية الكبرى على اقتصاديات الدول.
- تدمير الهويات و الثقافة القومية وتغليب الثقافة الغربية.
- صناعة القرار السياسي و التحكم في خدمة لمصالح أمريكا.
- إلغاء النسيج الحضاري و الاجتماعي للأمم الأخرى.
- تفتيت الدول و الكيانات القومية.
- إن للعولمة أهدافاً أبعد من الربح والتجارة الحرة و الحدود المفتوحة، و الأسواق الحرة، ولكنني أعتقد بأن الخطر في العولمة يكمن فيما يسمى بثقافة العولمة، على اعتقاد أن

هذه الظاهرة تروج لأربع ثورات يتوقع أن يكون لها تأثير كبير على حياة المجتمع الدولي بكامله وهي:

1. الثورة الديمقراطية.
2. الثورة التكنولوجية الثالثة أو ما بعد الثالثة.
3. ثورة التكتلات الاقتصادية العملاقة.
4. ثورة الإصلاح واقتصاد السوق.

وفي هذه الثورات وما ينتج عنها من آثار وانعكاسات سيتم تشكيل النظام العالمي الجديد المتسم بالعمولة، حيث يعتمد الاقتصاد في إطار هذا النظام على استثمار الوقت بأقل تكلفة عن طريق استخدام المعرفة الجديدة وتحويلها إلى سلع أو خدمات جديدة وتغيير مفهوم البحث من نقل الاقتصاد من وضع سيئ إلى وضع أفضل وأصبح المهم هو الوقت الذي يستغرقه هذا التغيير.

رابعاً: وسائل الإعلام والعمولة

سلطة تكنولوجية ذات منظومات معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول وإنما تطرح حدوداً فضائية غير مرئية ترسمها شبكات اتصالية معلوماتية على أسس سياسة واقتصادية وثقافية وفكرية لتقييم عالماً من دون دولة ومن دون أمة ومن دون وطن وهو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمارة منظومات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات يتسم مضمونها بالعالمية والتوحد على رغم تنوع رسائلها التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمن والمكان واللغة لتخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد وال رغبات والأهواء.

وهناك من عرفها بأنها "عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمذهل في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما تقدمه تكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين هذه الوسائل بهدف دعم وتوحيد ودمج أسواق العالم وتحقيق مكاسب لشركات الإعلام والاتصال والمعلومات العملاقة وهذا على حساب دور الدولة في المجالات المختلفة.

خامساً: العولمة الإعلامية

للإعلام دور فعال في حركة المجتمع في الميادين كافة، فكثيراً ما نسمع مقولة "الحرب دعايات" في إشارة إلى أهمية الإعلام في مجريات الأحداث، فإذا كان الإعلام يتمتع بهذه الدرجة من الأهمية منذ القدم، حين كان يتطلب وصول الخبر من مكان أضعاف الوقت الذي يتطلبه الآن، فيمكن تصور الدور الذي يضطلع به الإعلام إيجاباً أو سلباً في عصر العولمة. وحتى يؤدي الإعلام دوره بإيجابية، فلا بد من مواكبة قضايا الأمة والدفع باتجاه تحقيق الأهداف الوطنية بشكل مدروس ودقيق، فعلى سبيل المثال، يمكن للمراقب لمجريات الأحداث على الساحة الفلسطينية أن يلحظ مدى التأثير الإعلامي في إلهاب عواطف الجماهير الفلسطينية وحتى العربية أو تهدئة الوتيرة الحماسية وفقاً لمزاج الأنظمة الحاكمة "فلو قيض لمؤرخ منصف أن يدرس واقع الإعلام العربي لما وجد أفضل من عبارة آلة السلطان تعبيراً يشير إلى هذا الإعلام.

وهما أن الشعوب العربية أكثر تأثراً بالإعلام من سواها؛ نظراً لما تتميز به من عواطف جياشة، وحماس مفرط، وقدرة على التهدة أيضاً "بكبسة زر" -كما يقولون- فإن "هذه الإمبراطوريات الإعلامية التي تبث صوت سيدها وتحاول فرض آرائها وأفكارها تشكل خطراً على ثقافات العالم الثالث وهويتها القومية."

فعلى سبيل المثال، تستخدم هذه الوسيلة الإعلامية مصطلح "عملية استشهادية"، وأخرى "عملية انتحارية"، وثالثة "عملية إرهابية"، وقد سمعنا من قبل "عملية تخريبية"، وتلك تبارك هذه العمليات، وأخرى تشجب وتستنكر وتدين، ومرة يكون الاستنكار شديد اللهجة، وقد يكون لطيفها، وربما ابتكروا لهجة متوسطة إذا أمروا بذلك.

و نسلم هنا بأن العولمة أصابت الإعلام فتعولم هو الآخر، ولكن كيف عولمنا إعلامنا العربي؟ لقد طبقنا تصاميم البناء وأحضرنا الأجهزة المتطورة واستخدمنا تقنيات البث الحديثة، ولكن بقيت الهوية واسعة بين تقنيات العرض والمادة المعروضة، ففي حين تنتمي الأولى إلى عصر العولمة نجد الثانية تنتمي إلى قرون خلت.

إن من يحلل معظم المادة الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية يخرج باستنتاج مفاده أن بعضها لا يصلح إلا "قنوات للصرف الصحي" وليس للإعلام، فهل يعتقدون أن بيوتنا "بالوعات" أو "مكبات نفايات"؟ نفايات عقدية، ونفايات سلوكية، ونفايات سلبية... وكل ما يمكن أن يخطر لك على بال وما لا يمكن أن يخطر .

إن معظم المادة الإعلامية هي "غلف ثقافي فاسد"، وقد أصبنا بعدة "حالات تسمم" ولم نتعلم بعد، وهنا أريد أن أتطرق إلى مصطلح واحد فقط هو "الإرهاب"، ذاك المصطلح الرهيب الذي أصبح يستخدم كشتيمة وينظر إليه على أنه قبلة موقوتة كل يخاف أن ينفجر بين يديه، وننسى أن القرآن الكريم استخدمه، بل حث عليه في ظرف محدد؛ قال تعالى "وأعدوا لهم ما استطعتم من قوة ومن رباط الخيل ترهبون به عدو الله وعدوكم وآخرين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم". فإذا كان محظوراً علينا أن نرهب عدونا فما المطلوب منا إذن؟ هل ندعوه إلى وليمة شرقية دسمة، أم نهديه أكاليل الورود وأغصان الزيتون الذي تقتلعه جرافاته كل يوم؟!

وفي النصف الأول من القرن التاسع عشر، ظهر ولأول مرة أن النشاط الإعلامي قد حدد نفسه بعدا عالميا، وذلك ليس فقط على مستوى تغطيته ومعالجته للأخبار، ولكن أيضا على مستوى تلبية حاجة المتعاملين معه، فقد أنشأ شارل لوي هافاس سنة 1832 "مكتبة للأخبار" الذي أطلق عليه لاحقا وكالة هافاس "وقد اعتمد على مبدئين مكناه منة تحقيق نجاح كبير التغطية العالمية للأخبار، والقدرة التي تضاعفت مع الأيام على نقل وتوزيع الأخبار (من الحمام الزاجل إلى الأقمار الاصطناعية مرورا بالتلغراف والتلكس... الخ) وقد تمكن اثنان من معاونيه رويتر وولف، من إنشاء وكالتهما للأنباء، الأول في بريطانيا والثاني في ألمانيا وذلك بهدف تحقيق الأهداف نفسها التي أرادها هافاس وأصبحت منافسيه في هذا الميدان، رغم ذلك ظلت وسائل الإعلام محلية أو وطنية وذلك لغاية السبعينات من القرن العشرين، فكل دولة لديها قناعة بأن القوانين الخاصة بالإعلام كانت من صميم سلطتها وحديثا رفع المنتجون شعار "الإستثناء الثقافي" مؤكدين إن الإعلام يقع في صميم هذا الإستثناء وذلك في مواجهة مفاوضات اللغات واللجنة التابعة

للإتحاد الأوربي في بروكسل الواقع إن سنوات الثمانينات قد عرفت اتجاه عولميا واضحا مثل الكثير من القطاعات، كالصحافة المكتوبة وبخاصة الأسبوعية وبرامج التلفزيون (الأفلام الخيالية بخاصة) وبنوك المعلومات، من دون أن ننسى المعلوماتية والبرمجيات الحاسوبية، الإنترنت ولا تمس هذه العولمة وسائل الإعلام بالمعنى الدقيق والحصرى فقط، بل أنها اذخلت تغيرات عميقة على بعض المجموعات الصحفية والتلفزيونية والمعلوماتية حيث أنها أصبحت مجموعات كبرى ذات حضور عالمي." "

إن عولمة الإعلام هي سمة رئيسية من سمات العصر المتسم بالعولمة وهي امتداد أو توسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه وذلك كمقدمة لنوع من التوسع الثقافي نتيجة ذلك التطور لوسائل الإعلام والاتصال، التي جعلت بالإمكان فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية، والتقليل من مشاعر الانتماء إلى مكان محدود، ومن الأوائل الذين تطرقوا إلى هذا الموضوع عالم الاجتماع الكندي مارشال ماكلوهان، حيث صاغ في نهاية الستينات ما يسمى بالقرية العالمية، وتشير عولمة الإعلام إلى تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية العابرة للقارات لإستخدامها في نشر وتوسيع نطاق النمط الرأسمالي في كل العالم من خلال ما يقدم من مضمون عبر وسائل الإعلام المجالات المختلفة، وعند تأمل عناصر وأشكال الاتصال في العالم الذي تملك فيه الولايات المتحدة الأميركية عناصر السيطرة نجد ما يلي :

1. المواد والتجهيزات التقليدية الخاصة بالاتصال وصناعة الإعلام أمريكية.
2. تدفق المعلومات عبر الفضائية تحت السيطرة الأمريكية.
3. مصادر المعلومات أمريكية الصنع.
4. الطريق السريع للمعلومات تحتل فيه الولايات المتحدة المرتبة الأولى. كل هذه العوامل تجعل منها تمارس عولمة الاتصال من خلال أبرز آلياتها متمثلة في القنوات الفضائية والانترنت، وهذا التفوق على أوروبا واليابان سواء في الإنتاج أو الترويج للمنتوجات الإعلامية مكنها من أن تصبح النموذج الذي تسعى الدول المتخلفة إلى تقليده. ومن خلال عولمة الإعلام ومظاهرها يمكن

القول أن من يملك الثالوث التكنولوجي (وسائل الإعلام السمعية البصرية، شبكات المعلومات، الطريق السريع للمعلومات) يفرض سيطرته على صناعة الاتصال والمعلومات المصدر الجديد في عصر العولمة لإنتاج وصناعة القيم والرموز والذوق في المجتمعات، وهنا تظهر الصورة كأحد أهم آليات العولمة في المجال الإعلامي بعد التراجع الكبير للثقافة المكتوبة وظهور ما أُصطلح على تسميته بثقافة ما بعد المكتوب.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام وشبكات الاتصال تؤدي مجموعة من المهام في مسار العولمة يمكن ذكرها :

1. تمثل آلية أساسية للعولمة الاقتصادية باعتبارها تيسر التبادل الفوري واللحظي والتوزيع على المستوى الكوني للمعلومات ولا يمكن تصور الاقتصاد العالمي اليوم دون اتصال.
 2. تروج وسائل الإعلام الإيديولوجية الليبرالية الكونية انطلاقاً من الدول الكبرى والمؤسسات الاقتصادية العملاقة.
 3. تساهم في خلق إشكال جديدة للتضامن والتعاون بين الأفراد عبر الشبكات .
- وقد مكن الإعلام والتطور التكنولوجي من ظهور الإعلام والمعلومات كسلطة ووسيلة تحول المجتمعات وتغيرها.
- سادساً: مؤسسات وأدوات العولمة
- إن العولمة بمختلف مستوياتها وأدوات تعتمد عليها في عملية الممارسة وتتمثل هذه المؤسسات والأدوات في:

أ- شركات متعددة الجنسيات:

إن نشاط هذه الشركات وآليات عملها يشكل مظهرا من مظاهر العولمة والشركات بحد ذاتها كمؤسسات ذات شخصية اعتبارية وتعد أهم قوى العولمة وأدواتها الفعالة والتي تتميز بالانتشار الجغرافي وتنوع الأنشطة وهذه الشركات تشكل محور اقتصاد العولمة ولقد أدى سيطرة هذه الشركات على الحقل الإعلامي إلى تقسيم العالم إلى جزأين غير متكافئين المسيطر ومثله الدول الصناعية المتقدمة وهي قليلة العدد والمتخلف والذي يمثل دور التابع.

ب- المنظمات والمؤسسات الدولية:

وتشكل العنصر الحاسم في نظام العولمة عبر آليات عملها حيث يساهم البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في بلورة العولمة الاقتصادية وتظهر هذه المنظمات والمؤسسات في ترسيخ نظام العولمة بالآتي:

- أنها سلطة دولية للتشاور والتنسيق بين المنظمات السبع الكبرى.
- أنها سلطة معنوية تعبر عن سيطرة الشمال على الجنوب والأغنياء على الفقراء.
- يمكنها أن تفرض القواعد التي ينبغي على الدول الأعضاء تنفيذها في سياستها المالية الاقتصادية.
- أن سياستها تمثل حماية للأسواق التي تسيطر عليها الاحتكارات الدولية. أنها تترجم مفهوما ليبراليا من خلال الأسس التي اعتمدها للنظام النقدي الدولي والسياسات المالية.

ج- أدوات الاتصال وتكنولوجيا الاتصال:

لقد شهد العالم تحولات كاسحة ومتسارعة تجرى على المستوى الكوني بفعل ثورة الاتصالات والتقنيات العالمية والوسائط المركبة والشبكات الإلكترونية، وبذلك يجد المرء نفسه إزاء ظاهرة كونية جديدة على مسرح التاريخ العالمي أن ثورة الاتصالات هي ثورة تفرض الانتقال من نظام مفاهيمي قديم إلى نظام مفاهيمي آخر جديد.

وأهم هذه الأدوات:

1 -البث الفضائي التلفازي والإذاعي: حيث حولت وسائل الإعلام خاصة التلفاز عالمنا إلى

شاشة صغيرة يمكن التجول في أجوائها عبر جهاز التحكم ولا يوجد رقعة على الأرض

لائمها بالبث قنوات الأقمار الصناعية التلفازية ومن أهم شبكات البث التلفزيوني

الفضائي والتي تعد أدوات من أدوات العولمة الإعلامية.

2 -شبكة الإنترنت: حيث أصبح وسيلة لتبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر والثقافات،

وقد عمدت الولايات المتحدة في إطار سعيها لعولمة الإعلام والاتصال في العالم على

استخدام الشبكة لتحقيق ذلك من خلال نقل الثقافة الأمريكية ونشرها عبر الحدود

ونقل الفكر والعادات الغربية وفق نمط الحياة الأمريكية عبر العالم عن طريق البريد

الإلكتروني، والاستفادة من الأمية التكنولوجية في دول العالم الثالث وبإبعاد هذه الدول

عن مسيرة التقدم والسعي إلى الهيمنة والتحكم والإنفراد بالعالم.

ويأتي الإعلام ليلعب في ظل العولمة دوره الأكبر في تنفيذ خطط وبرامج العولمة في

جميع تلك المجالات وعلى سبيل المثال فإن شبكة C.N.N الأمريكية (وهي نظام إعلامي

أمريكي متكامل) نصبت من نفسها قِيماً على صياغة الأحداث في العالم فلا يستطيع جهاز

إعلامي في أية دولة أو ليس بمقدور متتبع للقضايا العالمية التحرك دون ترتيب السي إن إن

للأحداث كما تبين من الدور الذي لعبته في حرب الخليج الأولى والثانية "الإعلام العربي

وتحديات العولمة، وعودة إلى أرقام احتكار وسائل الإعلام وصناعة المعلومات ومواقع الانترنت

لتؤكد على مدى الهيمنة الإعلامية الكاسحة للغرب وخاصة أمريكا وبالتالي على نشر برامج

العولمة في المجالات الثقافية والاجتماعية والقيمية لإخراج ثقافة جماهيرية (عالمية) واحدة

بقوالب محددة مسبقة الصنع كما يظهر عبر انتشار وتسلط المحطات الفضائية مما ستؤثر

معه على منظومة القيم الخاصة وتصبح معه نمطاً جديداً من الغزو الفكري الثقافي وخاصة ما

يتعلق منها بقيم الاستهلاك .

وفي ظل العولمة ودور الإعلام الكاسح فيها تظهر عدة مواقف إزاءها، منها: التسليم بها كقدر محتوم أو الرفض التام لكافة معطياتها وآخرها الموقف الوسط الذي يدعو للتمسك بالهوية مع التطوير والتغيير بما يتمشى مع الخصوصية الحضارية والتراث والقيم الدينية دون اندماج مطلق وتابع للدول المهيمنة، أي النظر لها بموضوعية والإفادة من معطياتها الإيجابية فيجب ألا يحول الصراع القديم بين الشرق والغرب دون النظر للعولمة من خلال معايير موضوعية وصحيحة حتى نتتمكن من أن نعرف وننكر بعيداً عن الأحكام العامة والعامية التي لن تمكننا من التعامل معها بمهارة " "

ويتضح مما سبق أن هناك أشكال متعددة ومتنوعة للعولمة ولا يوجد عولمة واحدة، ولكن جمعيتها تعنى الهيمنة والسيطرة بكافة الوسائل والإمكانات على العالم وتحويل العالم إلى قرية صغيرة تتحكم فيه دولة واحدة.

سابعاً: سمات إعلام العولمة

هناك مجموعة من السمات لإعلام العولمة وهي كما يلي " "

- إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل للتطورات مستقبلية جديدة ومستمرة تدفع بها إلى المزيد من الانتشار المؤثر في المجتمعات المتخلفة تشكل جزء من البنية السياسية الدولية الجديدة التي تطرح مفاهيم جديدة لسيادة الدولة على أرضها وشواطئها وفضاءها الخارجي بما يعرف بالنظام السياسي العالمي الجديد.
- يشكل جزء من البنية الاقتصادية و العالمية التي تفرض على الكل أن يعمل ضمن شروط السوق السائدة من صراعات ومنافسات وتكتلات وسعى متصل لتحقيق الربح للمؤسسات التي تحتكرها بحكم انتمائها إلى أكثر من وطن وعملها في أكثر من مجال بما في ذلك صناعة وتجارة السلاح.
- يشكل جزء من البنية الثقافية للمجتمعات التي تنتجها وتوجهها وتتواجه بها ولهذا فأنها يسعى إلى نشر وشيوع ثقافة عالمية تعرف عند مصادرها بالانفتاح الثقافي وعند ملتقيها للغزو الثقافي.

• يشكل جزء من البنية الاتصالية الدولية التي مكانتها من تحقيق عولمتها وعولمة رسائلها ووسائلها فهو يتنمى إلى أحد حقول التكنولوجيا الأكثر تطورا في الوقت الراهن والمحتكر بشكل مباشر للشركات المعنية بتصنيع وسائلها والتي تشكل نسبة 23% من قائمة الشركات المائة الأكبر في العالم.

• لا يشكل نظام دولي متوازيا لأن كل مداخلته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيها تأتي من شمال الكرة الأرضية وهذا مما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليها في مقابل تبعية الدول النامية لها

• لا يستند إلى فراغ فثم اتفاقيات دولية تدعمها منظمات وقرارات تتحدد استخدام شبكاتها توزيع طيفه وموجاته السمعية وأليافه البصرية وبثه المباشر وتعريفاتها الجمركية للصحف والمجلات والكتب والأشرطة والأسطوانات المدبلجة وآخر وليس آخر وسائله المتعددة.

ثامنا: وظائف الإعلام العولمة:

تشير الدكتورة عواطف عبد الرحمن في مؤلفها " الإعلام العربي وقضايا العولمة " إلى أهم وظائف الإعلام العولمي وهي: "

أولا: في ظل صعود الإعلام السمعيصري أصبح هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان الأسرة والمدرسة والتي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي للقيم السلوكية ذات النزعة الاستهلاكية ومن خلال هذه الوظيفة يمارس الإعلام أخطر أدوره الاجتماعية التي تتمثل في إحداث ثورة إدراكية ونفسية تستهدف إعادة تأهيل البشر للتكيف مع متطلبات العولمة وشروطها.

ثانيا: تقوم وسائل الإعلام باختراق منظومة القيم الثقافية لدول الجنوب من خلال المسلسلات والأفلام وقد نجحت أمريكا في اختراق الأنظمة الثقافية لدول الجنوب وقدمت لشعوبها النموذج الأمريكي كغاية مثلى.

ثالثا: تقوم وسائل الإعلام باستقطاب النخب المثقفة للترويج لفكر العولمة وأيديولوجيتها عبر الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات محاولة منها تهميش الثقافات والسياسات الأخرى ويتم أيضا تكثيف الجهود لمساندة السياسات الاقتصادية الثلاثة الذي يقوم بإدارة اقتصاد العالم " البنك الدولي وصندوق النقد الدولي و منظمة التجارة العالمية.

رابعا: تشير الدراسات إلى استفادة العولمة من استمرار النظام الإعلامي العالمي الراهن الذي يتسم بالخلل وأوجه التفاوت الخطيرة سواء على المستويات المحلية والعالمية والتي تتمثل في الإنسياب غير المتوازن للمعلومات مع رسوخ الاتجاه الرأسي الأحادي الجانب من الشمال إلى الجنوب من المراكز إلى الأطراف ومن الحكومات إلى الأفراد ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافة التابعة و الدول الغنية تكنولوجيا في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب.

خامسا: تشير الدراسات إلى تزايد أهمية الأدوار التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في الأنشطة الإعلامية والثقافية ويتجلى ذلك في توظيف وسائل الإعلام الدولية والمحلية كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج القيم الاجتماعية والثقافية الغربية ونشرها في دول الجنوب. مما يتسبب في إحداث بلبلة واضطراب شديد في منظومة القيم المميزة لثقافات الشعوب.

سادسا: يقوم الإعلام بدور أساسي في ترويج السلع والخدمات التي تقدمها السوق العالمية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيما وأنماط للسلوك الإستهلاكي تستهدف الدعاية للسلع الأجنبية مما يلحق الضرر بالاقتصاديات المحلية علاوة على التأثير السلبي للإعلانات على حرية الإعلام والصحافة في دول الجنوب.

سابعا: تروج وسائل الإعلام العولمية حول ما يسمى بالقرية الاتصالية العالمية باعتبارها أبرز ثمار التكنولوجيا المعاصرة والذي يعنى في جوهره إحاطة الجماهير في كافة أنحاء المعمورة بكل ما يدور في العالم من أحدث وأفكار

وصراعات وانجازات بشرية وان يتم ذلك بشكل يتسم بالمولوعية والتكامل والمصادقية بحيث يخلق معرفة شاملة وحقيقية بما يدور في الكون.

تاسعا: نفوذ إعلام العولمة "

- استطاع إعلام العولمة أن يكفل محيطا ثقافيا واسعا ونظرة أشمل إلى العالم وعمقا في الاتصال الإنساني وبذلك استقطب الملايين عبر رسائله المبسطة في عالم مليء بالتعقيدات.
- استطاع الإعلام في عصر العولمة أيضا أن يعيد تشكيل العام في صورة محسوسة بعد أن سيطرت وسائله على الزمان والمكان وصار المشاهد يجد نفسه في أي نقطة في العالم وهكذا استطاع إعلام العولمة عبر وسائله علاقة جديدة مع العام والزمن ليكتشف الإنسان أن العام المترمى الأطراف يمكن أن يختصر فيه المسافات والفروق الزمنية ليصير كرة معلوماتية بعد أن كان في مرحلة سابقة قرية الكترونية صغيرة.
- استطاع في عصر العولمة أن يوفر لوكالات الإعلان الدولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الإستهلاكي التي تعارض لثقافة جديدة على شعوب تحاول أن تحتفظ بذاتيتها وخصوصيتها الثقافية.
- استطاع إعلام العولمة بقدراته التكنولوجية الهائلة أن يضعف من نظم الإعلام الوطنية ويزيد من تبعيتها له لتتنقل منه مايجود به عليه من صور ومعلومات واعلانات.
- استطاع الإعلام في عصر العولمة أن يحل العلاقات الدولية إلى بحر من الأمواج المتلاطمة فأحدث تأثيرات من الصعب تقييمها في الوقت الحاضر فالواقع يؤكد أن عمليات التوظيف والتعقيم والتضليل والتحريف والتشهير لخدمة أغراض قوى عظمة أصبحت مسائل واضحة للعيان وأثر بدورها في العلاقات بين الدول.
- استطاع الإعلام في عصر العولمة إن يدفع بالإنسان خطوات واسعة في طريق السلوك الإستهلاكي ذلك أن الاستخدام الواسع الإعلان الدولي عبر وسائله في مجال تسويق السلعي والخدمات أدى إلى خلق طلب واسع على هذه السلع حتى في

بلاد لا تسمح الدخول فيها بتبنى أنماط الثقافة الاستهلاكية والنتيجة الطبيعية انخفاض معدلات الادخار في مثل هذه الدول وبالتالي امتصاص جزء كبير من فوائدها الاقتصادية على الرغم الحاجة الملحة إليها.

عاشراً: عولمة الرسالة الإعلامية

كثيراً ما نسمع اليوم عن ظاهرة «العولمة» ونتائجها وآثارها في المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولا يمكننا أن نغض النظر عما يجري تحت مظلة هذه الظاهرة العالمية حتى وإن كنا ممن يخالفون أو ممن لا يؤمنون بالعولمة كظاهرة أخذت تضع بصماتها حتى على ما يمارسه الأفراد يومياً ناهيك عن المجتمعات التي انجرت وراء هذه الظاهرة العالمية.

أما عن الاعلام، فما هي العلاقة بين العولمة والاعلام؟ هل أن الاعلام العالمي تأثر بالعولمة؟ أم أن العولمة هو انعكاس لظاهرة الاعلام العالمي الذي حمل الرسالة السياسية والاقتصادية والثقافية عبر وسائلها لتقنية؟

الحقيقة هي أن كلا الظاهرتين متلازمتان لا يمكن أن ينفك أحدهما عن الآخر على الأقل في عالمنا المعاصر الذي طوي شوطاً من الزمن توسعت فيه دائرة العولمة من ناحية وكثرت وتشعبت وسائل الاعلام فيه من ناحية أخرى.

وقد أثرت العولمة وبحد كبير على الأنشطة الإعلامية في عالمنا المعاصر ولا تخلو اليوم أية ظاهرة من ظواهر الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلا ولعبت فيها وسائل الاعلام دوراً يكاد أن يكون الأهم حتى بالنسبة لما تحتويه هذه الظواهر من معنى في المجتمعات المختلفة.

في مقدمة كتابه أكد البروفيسور أبو العينين أن الكثير من الباحثين يعتقد بأن عولمة الأنشطة الإعلامية «تمثل أهم تطور إعلامي في العقدين الأخيرين من القرن الماضي، وأن هذا التطور سوف يحدد مسار هذه الأنشطة طوال سنوات القرن الحالي، فضلاً عما يمثله ذلك من أهمية وتأثير في أنظمة الاعلام الوطنية في دول العالم» ولكن هناك أيضاً ملاحظات مهمة في هذا المجال لا بد أن تؤخذ بعين الاعتبار وهي:

أولاً: أن عوامة النشاط الإعلامي لم تتحقق بعد بالصيغة التي ربما تكون قد استقرت لدى الكثيرين .

ثانياً: إن ما تحقق عينياً هو عوامة الرسالة الإعلامية بفضل سقوط الحواجز وهي ظاهرة «تقنية» أكثر من كونها ظاهرة سياسية أو ثقافية على الرغم من تأثيراتها السياسية والثقافية.

ثالثاً: أن درجات استجابة الأنظمة الإعلامية الوطنية للتغيرات التي تفرضها عوامة صناعة الاعلام متفاوتة إلى حدود بعيدة، الأمر الذي ينفي بشدة حقيقة أن تكون العوامة سمة أساسية لأنشطة وسائل الاعلام عبر مناطق العالم المختلفة في الوقت الراهن.

رابعاً: إن عوامة النشاط الإعلامي، حيث توجد الآن ليست ظاهرة حديثة تنتمي للعقدين الأخيرين من القرن الماضي، ولكنها تعبير عن تطور تاريخي تمتد جذوره إلى القرن التاسع عشر، وإن كانت خطاها قد تسارعت في الربع الأخير من القرن العشرين.

وقد كشفت الممارسات المختلفة في سنوات الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين عن دورين أساسيين قامت بهما وسائل الاعلام في المنظومة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالمية، وهو الدور الاقتصادي حيث تلعب فيه وسائل الاعلام دوراً مهماً، فقد أصبحت العوامة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية هائلة ومتنامية وبخاصة في ظل اقتصاد المعلومات الذي أصبح السمة الأساسية للاقتصاد العالمي، حيث بلغت استثمارات صناعة المعلومات تريليوني دولار عام 1995، وفي نهاية القرن (عام 2000) بلغت 3 تريليونات دولار سنوياً بعد أن كانت هذه الاستثمارات لا تتجاوز 350 مليار دولار عام 1980، وثانياً الدور الإيديولوجي الذي يوفر بيئة معلوماتية وإيديولوجية لدعم الأسس السياسية والاقتصادية والمعنوية لتسويق السلع والخدمات وتطوير نظام اجتماعي قائم على تحقيق الربح عبر الثقافات الوطنية المختلفة. وبصورة عامة فإن

دراسات العولمة في العلوم الاجتماعية تتسم بالتركيز على ظاهرتين أساسيتين، تحتل وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون فيهما مكانة متميزة:

اولاً: الوسائل التي يَسَرَّت بها الشركات متعددة الجنسيات عولمة رأس المال والإنتاج. ثانياً: الثقافة العالمية الناتجة عن ظهور نمط من الشركات متعددة الجنسيات يمتلك ويهيمن على وسائل الاعلام الجماهيرية مما سبب ظهور نمط من الثقافات والإيديولوجيات ذات التوجه الاستهلاكي.

وتخضع أدبيات البحث في ظاهرة العولمة أيضاً للعديد من التصنيفات تؤكد بعضها على أنها أحادية السبب mono-causal والأخرى متعددة الأسباب multi-causal ويرى هناك تصنيفاً آخر أكثر ملائمة لتقديم شروح أفضل لظاهرة شديدة التعقيد مثل العولمة وهو تصنيف رباعي يرتكز على تمايز الاتجاهات التالية:

اولاً: مدخل النظم العالمية The World System Approach وهو يبنى على التمييز بين دول المركز وشبه المحيط والمحيط من حيث طبيعة دور هذه الدول في تقسيم العمل الدولي الخاضع لسيطرة النظام الرأسمالي العالمي.

ثانياً: النموذج الثقافي العالمي Global Culture Model ونشأ هذا النموذج من البحوث التي تناولت عولمة الثقافة، ويهتم هذا المدخل بالمشكلات التي تسببها ثقافة متجانسة مرتكزة على وسائل الاعلام، وبخاصة التلفزيون.

ثالثاً: نماذج المجتمع الدولي Global Society Models: ويعتقد أصحاب هذه النماذج بأن المجتمع العالمي تاريخياً قد أصبح حقيقة في العصر الحديث فقط، وأن العلم والتقنية والصناعة والقيم العالمية المتنامية أوجدت عالماً مختلفاً عن أي عصر من عصور الإنسان السابقة .

رابعاً: مدخل الاقتصاد السياسي Political Economy: ويرتكز هذا المدخل على افتراض أن ديناميكيات الصناعات المنتجة للثقافة يمكن فهمها في ضوء الحتمية الاقتصادية، وينتمي هذا التوجه إلى الغلاة من الماركسيين اللذين يعتقدون بأن ظاهرة العولمة هي نتاج هيمنة القوى الرأسمالية على التطور

الاجتماعي والثقافي السائد عالمياً، وفي هذا المجال تمثل وسائل الاعلام ركناً أساسياً في تفسير هذا المدخل لظاهرة العولمة.

وهناك من يشير إلى «ثمة علاقة وثيقة ربطت بين عولمة النشاط الإعلامي وتصدير الرأسمالية التجارية عبر تطورهما التاريخي، وأن تلك العلاقة هي التي تحكم التطورات الراهنة والمستقبلية في صناعة الاعلام من دون أن ينفي ذلك تدخل عوامل أخرى». يدعم هذا الافتراض العوامل التالية:

1. التزامن بين ظهور النشاط الإعلامي خارج الأسواق الوطنية الرأسمالية وتصدير الرأسمالية الصناعية والتمدد التجاري في الأسواق الخارجية.

2. الاختلاف الموجود في عولمة الأنشطة الإعلامية التي تطرح على الصعيد العالمي وتنعكس في الأنظمة الإعلامية الوطنية الغربية.

3. خضوع أكبر نسبة من الأنشطة الإعلامية الدولية لعدد من الشركات العالمية العملاقة ونمو الشركات الإعلامية العالمية تبعاً لنمو تلك الشركات.

4. وحدة العمل والمنشأ للشركات العالمية العملاقة مما يشير على انسجامها في الأصعدة المختلفة.

5. تماثل التوزيع الجغرافي للمستوى الذي تحقق من عولمة الأنشطة الإعلامية مع توزيع الاستثمارات التجارية والصناعية للشركات العالمية متعددة الجنسيات مما يدل على إنهما حقيقة واحدة.

6. الاختلاف في تأثير النشاط الإعلامي عبر الوسائل الإعلامية المختلفة. فصناعة التلفزيون مثلاً هي الأكثر تأثراً بسياسات العولمة.

ويستخلص من هذا الافتراض نتيجة مهمة وهي «إن الطابع التاريخي لظاهرة العولمة ينفي عنها صفة الاستمرار باعتبارها مرحلة تاريخية مرتبطة بالقوى الداعمة لها مما يفسح المجال أمام العوامل الوطنية سياسية كانت أم اقتصادية أم ثقافية، للتعامل مع هذه الظاهرة» وهذا يعني من جهة أخرى أن عولمة النشاط الإعلامي ستزول أو ستتغير إذا

تغيرت معالم التجارة العالمية وان تكامل الاقتصاد الوطني سيلعب دوره في تعديل الأنشطة الإعلامية لصالح الشعوب خلافاً لما تريده الشركات العالمية المتعددة الجنسيات.

وهناك حقيقة مهمة يجب الإشارة إليها في تجارب الثمانينيات والتسعينيات حول الاعتبارات الجيوبوليتيكية المؤثرة على عولمة النشاط الإعلامي، حيث أن قوى السوق قد أصبحت الوسيلة العالمية الأساس لتنظيم الأنشطة الاتصالية، وأن المبادئ والقيم غير المرتبطة بقوى السوق يتناقض دورها في تنظيم صناعة الاتصال وبالرغم من أهمية هذه الحقيقة في تنظيم العلاقة بين السوق العالمية وعولمة الاعلام فان الاعتبارات الجيوبوليتيكية تؤثر تأثيراً جاداً في تنظيم هذه العلاقة فهذه العلاقة لا تعمل بدرجة واحدة عبر مناطق العالم المختلفة متأثرة بالاعتبارات الجيوبوليتيكية وآثارها في المراحل المختلفة. ولأهمية هذه الحقيقة فان الإستراتيجية الجديدة للشركات العالمية هي أن تصل إلى قطاعات معينة من السكان داخل الأسواق الوطنية، أن الوصول إلى هذه القطاعات تبدو وكأنها المسؤولية الحقيقية لوسائل الاعلام العالمية.

ففي الأقطار العربية على سبيل المثال، يعتقد بأن العوامل السياسية هي المحدد الرئيسي لمدى استجابة الاعلام العربي للتحديات التي تفرضها عولمة الأنشطة الإعلامية. فلا يخلو أي قطر من هذه الأقطار من هيمنة الدولة على واقع الاعلام ومستقبله مما تحدّ كثيراً من خطى الاعلام العربي للتفاعل مع الأنشطة الإعلامية العالمية.

أما بالنسبة إلى تأثير العولمة على اتجاهات البحث الإعلامي ثم تصنيف بحوث الاعلام المرتبطة بقضايا العولمة إلى تيارين أساسيين:

أ) تيار يحاول رصد التغيرات التي جاءت بها الأنشطة الهادفة إلى عولمة صناعة الاعلام وتأثيراتها.

ب) تيار يحاول رصد تأثيرات تقنية الاتصال الحديثة على صناعة الاعلام. فعلى الرغم من اهتمام بحوث الاعلام برصد الخطوات التي قطعتها صناعة الاعلام في سبيل تحقيق سوق عالمية للأنشطة الإعلامية المختلفة، ولكنه يمكن رصد

العديد من الدراسات خلال سنوات التسعينيات التي تمثل تياراً مناهضاً لظاهرة عولمة الأنشطة الإعلامية وتقسيم هذه الدراسات إلى اتجاهين:

- الاتجاه الأول: وهو اتجاه يبدي الكثير من التحفظات على عولمة الأنشطة الإعلامية التي يتم من خلالها تجاهل المصالح الوطنية، وإنهاك اقتصاديات الطبقات الوسطى في المجتمع، وإضعاف قدرات المجتمعات المحلية على الإبداع والابتكار في ظل المنتجات الثقافية الجاهزة التي تقدمها وسائل الاعلام إلى الجمهور، ولكن يجب أن نؤكد هنا على أن تأثير هذا الاتجاه ضعيف في مواجهة قوى العولمة وما تحققه يوماً بعد يوم على أرض الواقع.

- الاتجاه الثاني: وهو الاتجاه الذي يقبل بوجود عولمة الأنشطة الإعلامية مدفوعة بدوافع الربح المادي، وهذا الاتجاه هو أقوى الاتجاهات المناهضة لعولمة الأنشطة الإعلامية سواء في مجال البحوث أم في مجال التحركات الاجتماعية الفعلية.

الحادي عشر: المخاطر السلبية للعولمة

الواقع أن هناك آثار سلبية مختلفة للعولمة سواء على المستوى السياسي والإقتصادي والثقافي، خاصة في ظل التقدم الهائل لوسائل الاتصال لم يعد من المبالغة القول بأن العالم أضحى قرية صغيرة يمكن للقطن في أي من أطرافها معرفة ما يحدث في الطرف الآخر، وهناك دولة واحدة كبرى تنفرد بقيادة العالم وتمتلك موارد اقتصادية هائلة وتعيش نشوة انتصار فلسفتها وإيديولوجيتها بعد انهزام الإيديولوجية المقابلة مع انهيار الإتحاد السوفيتي ومنظومته الاشتراكية وعقيدته الشيوعية مع الاعتقاد بسمو تلك الثقافة.

وامتنا العربية أدهمتها ظروف العولمة وهي في اضعف حالها بحاجة إلى إدراك مخاطر العولمة وجوانبها السلبية والتنبيه إلى مخاطرها المتعددة وأهم هذه المخاطر:

1. المخاطر السلبية للعومة الإعلامية

أ- انهيار السيادة القومية للإعلام في ظل انهيار المفاهيم التقليدية حول القومية الحديثة مثل السيادة على الفضاء والحدود وصنع السياسات الإعلامية وظهر تقسيمات جديدة للعالم.

ب- اعتماد دول الجنوب بشكل اساسي على البرامج الإخبارية والإعلانات والحوارات والمسلسلات والأفلام خاصة الأمريكية وقد ترتب على ذلك زيادة الهيمنة الاتصالية لدول المركز المتحكمة في العومة على دول الأطراف.

ج- تدفق الثقافة والمفاهيم والأفكار وعادات وسلوكيات ومعلومات غربية جديدة إلى دول العالم بلا حواجز ولا ضوابط وفي إطار تنافسي تجارى بين الشركات المتعددة الجنسيات.

د- زيادة الفجوة الاتصالية بين الشمال الغنى والجنوب الفقير على مستوى العالم بين الريف والحضر داخل دول الجنوب مما أدى إلى تزايد الخلل في التدفق الإعلامي والمعلوماتي من طرف الشمال الغنى إلى الجنوب الفقير وترسيخ الأنماط التقليدية السلبية والمتحيزة في سريان وتدفق الأنباء المبتورة المشوهة عن دول الجنوب والتي تعتمد إغفال كافة الإنجازات التنموية التي تحققت في تلك الدول.

هـ- تحويل دول الجنوب إلى سوق للاستهلاك الإعلامي والإعلاني نتيجة لتركز تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في دول الشمال.

2. المخاطر السلبية للعومة الثقافية "

أ- هيمنة الثقافة الغربية: معظم الإنتاج الإعلامي والثقافي ومعظم محتوى شبكات الإنترنت هو نتاج غربي امريكي فهي القادرة على استثمار التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والإعلام، وهذه المنتجات الإعلامية تحمل فكرا محدد وتعبر عن ثقافة معينة من ثقافتهم الخاصة بكل ما تحمله من قيم وعادات

وتقاليد وأنماط سلوك، والغرب هو الذي يسيطر على أغلب القنوات البث الفضائي وعلى محتوى شبكات الإنترنت وعلى أكبر دور الصحف والمجلات ودور النشر ووكالات الأنباء، فالعولمة تبدو في المجال الثقافي اتجاه إلى إعادة صياغة العالم وفق ثقافة معينة هي الثقافة الغربية الأمريكية بوجه خاص أي أن العولمة الإعلامية لها تأثير ثقافة هام وهو تسويق ثقافة جديدة مغايرة لثقافتنا الغربية.

ب- زعزعة منظومة القيم الاجتماعية: ومنظومة القيم الاجتماعية تتمثل في العقائد والقواعد العامة التي وتحصر كل أمة على حماية هذه القيم ووسائل الإعلام العالمية تبث أفكار وآراء وتصورات منافية ومختلفة مع عقائدنا وقيمتنا وتترك آثار سلبية في إدراك ووعي ووجدان المتلقين وبالتالي تشكل خطر على إدراك الشباب ومعتقداتهم الأصلية ووعيهم بقيمتهم نتيجة لبث قيم بديلة تشغل عقولهم وفكرهم.

ج- تهديد لغتنا العربية: وتمثل ملامح هذه الأزمة في الإقصاء المستمر للغة العربية بمظاهر شتى منها:

انسحاب اللغة العربية من حياتنا اليومية وفي أجهزتنا الإعلامية الرسمية والغير الرسمية وفي ظل ظروف العولمة ستتعمق الأزمة التي تعيشها لغتنا يتم التبشير بالفلسفة الليبرالية الغربية باعتبارها النموذج الأرقى لأسلوب الحياة الإنسانية. ومعظم شبكات الإنترنت تبث باللغة الإنجليزية وبالتالي يؤدي هذا إلى إعلاء شأن اللغات الغربية على حساب لغتنا العربية.

3. المخاطر السلبية للعولمة في المجال السياسي

- إضعاف سلطة الدولة الوطنية: حيث أن التقدم الهائل في الاتصالات والمعلومات فرض واقعا جديدا أصبحت فيه قدرة الدولة على فرض سياج حول نفسها ومجتمعها أمرا مستحيل.

- محاولة فرض نظام سياسي معين على العالم:

حيث لابد من الإشارة هنا أن النظام السياسي الغربي حقق لمجتمعاته الخير والفائدة الكبيرة ولكن هذا النظام لا يمكن أن يكون مناسباً لكل المجتمعات فكل مجتمع له ظروفه وثقافته الخاصة به والتي لا تتناسب مع النظام الغربي والذي هو ليس هدفه تحقيق الخير والتقدم لباقي المجتمعات بقدر السعي إلى تخلفها وإضعاف نظامها فهو لا ينطلق من دوافع أخلاقية.

- محاولة إملاء سياسة معينة على العالم:

فمن خلال ترويج وسائل الإعلام لأفكار ومفاهيم ومبادئ حق تقرير المصير والشرعية الدولية واحترام حقوق الإنسان يتم السيطرة والهيمنة على الدول الفقيرة حيث يتم تطبيق هذه المبادئ وفقاً للمصلحة الغربية محاولة منها السيطرة والهيمنة على دول العالم فمن خلال الشرعية الدولية ثم حصار العراق وليبيا والسودان وباسم الشرعية تم احتلال العراق وغزو أفغانستان. حيث يتم استغلال ظروف العولمة الإعلامية لإملاء سياسات معينة يتم فرضها على العالم لتحقيق مصالح دول كبرى.

4. الآثار السلبية للعولمة في الحياة الاجتماعية " "

أ- الترويج للنمط الغربي من أساليب الحياة والسلوك: حيث أن لكل مجتمع أسلوب حياته الخاصة ونمط مميز للسلوك وله عاداته وتقاليده ولابد من حصول التأثير والتأثر بين المجتمعات وتلك سنة الحياة، ويبرز هنا عامل مهم من عوامل التأثير وهو ناتج عن سطوة الأجهزة الإعلامية وتأثيرها البالغ على سلوك الأفراد بما تملكه من وسائل الجذب والإبهار المغرية خاصة القدرات التي تملكها الشركات الغربية العملاقة و الأمريكية خصوصاً حيث تبث مواد إعلامية هي نتاج للواقع الإجتماعي الغربي وتمثل قيمة وتعبر عن سلوك ذلك المجتمع وأنمط حياته وهذه المواد الإعلامية تحمل مضامين هدامة منافية لقيمنا وأحلامنا وتكرس قيماً سلبية متناقضة مع قيمنا وسلوكياتنا

ب- تعميق التفاوت الإجتماعى: حيث زادت معدلات الفقر والبطالة في كثير من دول العالم نتيجة لظروف العولمة الإعلامية التي تسوق مفاهيم الحرية الاقتصادية وعدم تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية وحتى لو سمحت ظروف العولمة للشركات الأجنبية بالاستثمار للدول الفقيرة لتحسين ظروف العمل والعمال فتلك الشركات لايتوقع منها تحسين الظروف الاقتصادية والمعيشية ولن تمنح العمال إلا الحد الأدنى من الأجور.

ج- إيقاف الانتماءات الأولية: حيث أن الظروف التي جاءت مصاحبة للعولمة من إشاعة الديمقراطية الليبرالية والدعوة إلى حق تقرير المصير واحترام حقوق الإنسان، قد فتحت المجال أمام دعوات إيقاف الانتماءات الأولية للظهور وأزلت الحواجز التي كانت تحول دون بروزها أو أن إضعاف سلطة الدولة في ظل ظروف العولمة يفتح المجال لاستيقاظ الدعوات لتلك الانتماءات التي ربما تكون مكبوتة. "

الفصل الرابع

العملة والتنشئة الاجتماعية

الفصل الرابع

العولمة والتنشئة الاجتماعية

مقدمة:

يمر العالم اليوم بمغيرات كبيرة شملت معظم مجالات الحياة ولا تقتصر التحولات في العالم اليوم على التقدم التكنولوجي الذي ننظر اليه باعجاب وتقدير لما وصلت اليه التكنولوجيا الغربية الحديثة من تقدم وتطور كبيرين، بل ان التقدم التكنولوجي الكبير ادى الى تغيير في جميع مجالات الحياة ومرافقها ومنها الحياة الاجتماعية وعمليات التنشئة الاسرية. ان التقدم الحاصل له جوانب ايجابية لايمكن لاي فرد ان ينكرها او ينكر وجودها واهميتها في حياته اليومية، وفي الوقت نفسه لها جوانب سلبية بدات اثارها تظهر ولو بشكل بسيط الان لكنها تنذر بمخاطر ومشاكل اكبر في حالة عدم الانتباه اليها. ومن اهم مظاهر التغيير التي يواجهها العالم اليوم هو تأثير العولمة على مظاهر الحياة الاجتماعية سواء على مستوى الفرد في الاسرة او على مستوى المجتمعات بصورة عامة.

ان وجود اجهزة الاتصال الحديثة والتقنيات الهائلة فيها واهزة الانترنت والفضائيات المختلفة ذات الابعاد والاتجاهات المتنوعة تمثل تحديا كبيرا في بعض الاحيان الى الاسرة بصورة خاصة والى المجتمع كله بصورة اعم واشمل في كيفية استخدامها، ومن يراقبها وهل هناك حاجة اصلا الى مراقبتها وكيفية القيام بذلك وغيرها من الاسئلة المختلفة ذات الاتصال المباشر بهذا الموضوع الحيوي والمهم في حياتنا اليوم، حيث انها قد صعبت علم الاسرة في عملية التنشئة الاجتماعية ومثلما لها جوانب ايجابية كبيرة ومفيدة، فان لها اثار لاتقل خطورة على هذه العملية الاساسية في حياة الافراد والمجتمعات.

ومن خلال هذا كله ونظرا الى اهمية هذا الموضوع في حياتنا اليوم وايضا نتيجة لقلّة او ندرة الدراسات والابحاث التي اجريت في هذا المجال فقد ارتأت الباحثة ان تقدم على خطوة اولية لعلها تكون ذات فائدة علمية وعملية مستقبلا في ربط موضوع العولمة بقضية هامة في حياتنا ومستقبل الاجيال والمجتمع الا وهو موضوع التنشئة الاجتماعية، التي باتت الان في خطر كبير اذا لم ياخذ بنظر الاعتبار استخدام اساليب التنشئة بصورة صحيحة تتوافق مع معطيات العصر ومتطلباته وانفتاحه والا فان هذه العملية ستتخللها الصعوبات وتؤدي الى نتائج سلبية اكثر من كونها ايجابية.

العولمة والتنشئة الاجتماعية

تعتبر الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى التي ينشأ فيها الطفل ويتفاعل مع أعضائها، وبالتالي فهي تؤثر على النمو الشخصي في مراحله الأولى سابقة بذلك أي جماعة أخرى حيث تعد المسؤولة عن بناء الشخصية الاجتماعية والثقافية، بل ان تأثيرها ينفذ إلى أعماق شخصية الفرد ويمسها في مجموعها.

واذا كانت الأسرة هي النواة الأولى لعملية التنشئة الاجتماعية والتي تتولى تنشئة أطفالها أو أفرادها في مراحلهم العمرية المختلفة فهذا لا يعني انها المؤسسة الوحيدة التي تتولى عملية التنشئة الاجتماعية فهذه العملية تتم من خلال عدة مؤسسات كالأسرة والمدرسة والرفاق والمسجد ووسائل الاعلام، وبالتالي فهي العملية التي يتم من خلالها تعليم وتدريب الفرد لأداء الأدوار المنوطة به اجتماعياً واقتصادياً وانتاجياً على مستوى الأسرة والمجتمع.

فالمؤسسات التعليمية تقوم بوظيفة التربية والصقل الاجتماعي نيابة عن الأسرة والمؤسسات الاجتماعية المتنوعة لها دور كبير في عمليات الضبط الاجتماعي والرقابة والتنشئة الاجتماعية والمؤسسات الاقتصادية صناعية وزراعية وتجارية تقوم بجوانب هامة من الوظيفة الاقتصادية التي أصبحت الأسرة الانسانية تعجز عن القيام بها.

والمؤسسات الاجتماعية هي هيئات شكلت لتعبر عن ارادة المجتمع أو الجماعات التي نشأت فيه لمقابلة حاجاتها، فالمؤسسة الاجتماعية تمثل جهود الأفراد والجماعات المنظمة لمقابلة حاجات الانسان سواء أكانت هذه الحاجات مادية أم معنوية، والتي تظهر نتيجة للظروف والعوامل الاجتماعية الموجودة في البيئة، وفي اطار الحضارة الاسلامية انشئت مؤسسات للرعاية عن طريق الوقف لأغراض الرعاية التعليمية والاجتماعية والصحية وانشئت الجوامع والمدارس والمستشفيات والملاجئ لاغاثة المحتاجين، ويمكن القول ان الاسلام جعل منظمته الأولى المسجد الجامع.

وإذا كانت الأسرة ليست هي المؤسسة الاجتماعية الوحيدة المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية اذ أصبح هناك العديد من المؤسسات الاجتماعية الأخرى التي تشارك في هذه العملية إلا أنها تظل الأكثر أهمية وتأثيراً خاصة في سنوات الطفولة، ولا شك ان دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية اكتسب أهمية مضاعفة بالنظر إلى عمليات التغير الاجتماعي المتسارع التي شهدتها وما تزال الاقطار العربية، ثم ما تطرحه العولمة على الأمة العربية من فرص وتحديات جديدة بالتأمل والدراسة، وبقدر ما كانت عمليات التنمية والتغير الاجتماعي تطرح على الأسرة مشاكل وتحديات تتعلق بتكوينها وتماسكها، ودورها في عملية التنشئة بقدر ما كانت هذه المشاكل والتحديات تبرز دور الأسرة العربية، وتؤكد أهمية الأدوار التقليدية التي يجب أن تقوم بها الأسرة العربية.

وفي عصر العولمة واللامركزية وما شهده العالم من تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والسموات المفتوحة أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة وأصبحت الدول النامية تواجه اشكالية التعايش والتفاعل مع هذا العالم المتغير، من خلال تعليم وتأهيل الانسان القادر على التفاعل الايجابي والتعامل الواعي مع هذه التطورات ومحاولة تحقيق العدالة الصعبة التي تقتضي التعامل مع تحديات العولمة، وفي الوقت ذاته الحفاظ على الهوية الثقافية لهذه المجتمعات.

والواقع ان القضايا والاشكاليات التي تطرحها العولمة على عملية التنشئة الاجتماعية ودور الأسرة والمؤسسات الاجتماعية المختلفة لم تلق الاهتمام الكافي من

البحث والدراسة، فمن الثابت ان العولمة تسهم في زيادة التباعد والتفاوت الاجتماعي الاقتصادي والتعليمي والمعرفي بين الناس، كما ان الآثار الاقتصادية المصاحبة للعولمة قد تدفع الحكومات في العالم الثالث إلى خصخصة بعض مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالاعلام والتعليم أو على الأقل بعض المدارس والجامعات، وبالتالي تحجيم الرؤى التربوية، وفوق كل شيء تحديد رؤية الأهداف التربوية، اذ تصبح الأهداف الانسانية والثقافية والاجتماعية للتعليم على وجه الخصوص ثانوية بالنسبة للمعايير ذات الطابع الاقتصادي.

ومثل هذه التحولات اضافة إلى انفجار ثورة الاعلام والمعلومات والتدفق الحر للأخبار والمعلومات والصور والرموز عبر الحدود، سيؤدي إلى اضعاف بعض الأدوار التي كانت تقوم بها الدولة والأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية، من هنا تبدو أهمية الاهتمام ببحث ودراسة أبعاد ووسائل دعم وتطوير دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية في ظل العولمة. أولاً: التدفق الاعلامي وثورة المعلومات:

انتشر استخدام التلفزيون في البلاد العربية، بل بات يمثل وسيلة اساسية للترفيه والثقيف والتعلم والتنشئة الاجتماعية بين السواد الأعظم من الأسر العربية، وقد تعرض كثير من الدراسات العربية للآثار الايجابية والسلبية للتلفزيون على التنشئة الاجتماعية بعامه، وعلى دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية، والتفاعل الاجتماعي داخل الأسرة، وتشير اشد التقديرات حذراً إلى أن أطفال ما قبل المدرسة في أمريكا يمضون أكثر من ثلث ساعات يقظتهم في مشاهدة التلفزيون 15 ورغم عدم وجود احصاءات مماثلة في البلاد العربية إلا ان كل الدلائل قد ترجح ان الاطفال العرب لا يختلفون عن الأطفال الأمريكيين في ساعات المشاهدة، خاصة مع تعدد وتنوع قنوات البث التلفزيوني، ووجود حوالي 51 قناة فضائية عربية، إلى جانب عشرات القنوات المحلية والاجنبية. والشاهد ان العولمة تطرح وسائل جديدة واشكالا ومضامين اعلامية جديدة على الأسرة العربية، فقد اتاحت تكنولوجيا الاتصال امكانية تعرض الأسرة العربية للبث المباشر عبر

الأقمار الصناعية، وازدحمت السماوات بالفضائيات العربية والأجنبية والتي تبث برامج ومضامين وإعلانات مغايرة للثقافة العربية ولقواعد السلوك والأخلاق السائدة. ولا تتوافر إحصاءات عن عدد الأسر العربية التي تستقبل البث الفضائي، لكن كل المؤشرات ترجح أن هناك زيادة مطردة في عدد هذه الأسر وذلك نتيجة رخص تكنولوجيا استقبال البث الفضائي، كذلك توجد مؤثرات عن الزيادة المستمرة في أعداد الأسر التي تمتلك أجهزة كمبيوتر وتشترك في خدمة الإنترنت، ويقدر حالياً عدد العرب المشتركين في خدمة الإنترنت بحوالي 2 مليون مشترك.

ورغم ما يتيح التدفق الإعلامي والمعلوماتي لأفراد الأسرة العربية من فرص للتعرف على العالم الخارجي والتعلم واكتساب خبرات جديدة، إلا أن هناك عددا من المخاطر والتحديات ترتبط أساساً بأن أغلب ما يبث عبر الفضائيات العربية والأجنبية هي برامج ومضامين وإعلانات مستوردة من الخارج، كذلك فإن ألعاب الأطفال الإلكترونية مستوردة، والثابت أن البرامج والمضامين وألعاب الأطفال المستوردة تتوفر فيها عناصر الجودة الفنية والابهار مما يجعلها تحظى بنسب مشاهدة مرتفعة إذا ما قورنت بالبرامج المنتجة محلياً أو عربياً لكن البرامج والمضامين المستوردة تحفل بالعنف والاثارة والجريمة، الأمر الذي يعني أن الأطفال داخل الأسرة العربية يتعرضون خلال ساعات المشاهدة لأفكار وقيم وتقاليد بعيدة عن الواقع العربي والثقافة العربية، مما ينتج عنه نوع من الازدواجية والتناقض بين واقعهم المعاش وبين الواقع المتخيل أو المنقول لهم عبر شاشات التلفزيون ومن قنوات عربية أو أجنبية.

ولا شك أن فيض الأفكار والصور والرموز المرتبطة بثقافات غير عربية والذي يصل للصغار عبر التلفزيون لن يدعم من عملية التنشئة الاجتماعية التي يقوم بها الوالدان، بل سيمثل عوامل تهديد وخطر.

على مستوى آخر فإن كثرة استخدام الأطفال للتلفزيون والفيديو سواء للمشاهدة أو اللعب تؤدي إلى ضعف التفاعل الاجتماعي بين الطفل ووالديه، بل بين الطفل نفسه وإخوانه وإخواته، وطوال العقدين الماضيين تراكمت الأدلة على وجود

علاقة بين المشاهد التلفزيونية والتحصيل الدراسي، فكلما زادت مشاهدة الأطفال للتلفزيون، انخفض تحصيلهم الدراسي، كما كان للتلفزيون تأثير سلبي على تبادل الأحاديث والتفاعل بين أفراد الأسرة، ولعب التلفزيون دوراً مهماً في تفكيك الأسرة الأمريكية من خلال تأثيره في العلاقات الأسرية، وتسهيله انسحاب الأبوين من القيام بدور فعال في التنشئة الاجتماعية لأطفالهم، وفي حله محل الطقوس الأسرية والمناسبات الخاصة.

وربما يختلف تأثير استخدام الكمبيوتر والانترنت عن التلفزيون أو الفيديو فألعاب وبرامج الكمبيوتر معظمها مستوردة، وتعتمد على صور ورموز ودلالات تنتمي للثقافة العربية، كما تفيض بالعنف وتعلي من شأن القوة، ومن قيم الاستهلاك والروح الفردية كذلك الحال بالنسبة لمواقع شبكة الانترنت، والتي ينتشر فيها كثير من المواقع الإباحية، كما تقدم أيضاً من المعلومات والآراء والأفكار المفيدة وغير المفيدة والتي قد لا تتفق وأسس ومقومات الثقافة العربية الإسلامية.

وكانت البحوث التي أجريت على تأثير استخدام الأطفال والمراهقين في الولايات المتحدة لشبكة الانترنت قد توصلت إلى أنهم يكتسبون مهارات جديدة في استخدام الكمبيوتر والتعامل مع التكنولوجيا، وإقامة علاقات مع الآخرين، والتعامل مع الواقع الافتراضي، والقدرة على التخيل، والبحث عن المعلومات والحصول عليها في وقت قصير، بالإضافة إلى تطوير قدرة الأطفال والمراهقين على التعبير عن مشاعرهم من خلال الكتابة، واستحداث تعبيرات ونحت مصطلحات جديدة في المقابل رصدت الأبحاث الكثير من السلبيات الناجمة عن استخدام الأطفال والمراهقين للانترنت لساعات طويلة أهمها إضعاف التفاعل الاجتماعي، والميل إلى العزلة عن بقية أفراد الأسرة، فكثرة وتعود استخدام الانترنت أفرزت ظاهرة مدمني الانترنت الذين لا يستطيعون الاستغناء عن الانترنت، ويدركون الواقع الفعلي ويتعاملون معه من خلال الصور والأدوار التخيلية التي تفرضها عليهم شبكة الانترنت، والأهم من ذلك أن الأطفال والمراهقين يطلعون

على معلومات وصور إباحية لا تتناسب وموهم العضوي والعقلي والعاطفي، وهو ما يشكل صدمة شعورية تتطلب رعاية تربوية ونفسية خاصة.
ثانياً: ثقافة الاستهلاك ونشر القيم الفردية:

إذا كانت العولمة كعملية تاريخية تعتمد أساساً على اقتصاديات السوق وتدويل الأسواق وحرية انتقال عوامل الإنتاج والمعلومات فانه من الطبيعي ان تحتل ثقافة الاستهلاك والقيم الفردية مكانة بارزة ضمن عملية العولمة، بل يصبح الاستهلاك والقيم الفردية آليات مهمة في عملية العولمة.

في هذا السياق يرى عالم اللغة الأمريكي نعوم تشومسكي ان العولمة هي التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة ومستبدة يحكمها أولاً الاهتمام بالربح وتشكيل الجمهور وفق نمط خاص، حيث يدمن الجمهور اسلوب حياة قائماً على حاجات مصطنعة، مع تجزئة الجمهور، وفصل كل فرد عن الآخر، حيث لا يدخل الجمهور الساحة السياسية، ويزعج أو يهدد نظام القوى أو السيطرة في المجتمع.

لقد انتقل اقتصاد العولمة من الانتاج الصناعي الثقيل إلى انتاج السلع والخدمات الاستهلاكية، وفي السنوات الأخيرة ازداد ارتباط السلع الاستهلاكية، وفي السنوات العشر الأخيرة ازداد ارتباط السلع الاستهلاكية الصلبة بالتكنولوجيا اللينة وثيقة الصلة بالمعلومات والترفيه واسلوب الحياة، وتظهر فيها منتجات تجعل الحد الفاصل بين السلع والخدمات غير واضح، والاقتصاد الرأسمالي القديم الذي تصنع فيه المنتجات وتباع من أجل الربح تلبية لطلب المستهلكين، يستسلم الآن شيئاً فشيئاً لاقتصاد رأسمالي ما بعد حدائي تصنع فيه الحاجات تلبية لطلب المنتجين الذين يجعلون منتجاتهم لا وسيط دونها قابلة للتسويق من خلال الترويج والتغليف والاعلان.

وقد تفوقت الشركات الأمريكية في مجال انتاج وترويج السلع الاستهلاكية ونجحت في اقتحام اسواق عديدة حول العالم، وأصبحت سلاسل المطاعم الأمريكية والمشروبات والسجائر وغيرها من آليات ثقافة الاستهلاك حيث ارتبطت برموز وصور ومعانٍ للتفوق والرفاهية والمتعة، وقد لعب الاعلان دوراً بالغ الأهمية في نشر وتدويل

ثقافة الاستهلاك، واعلاء قيم الفردية، والبحث عن المتعة من خلال الاستهلاك، ونجح الاعلان الذي اعتمد على قوة ونفوذ وسائل الاعلام المعولم في الوصول إلى اغلبية سكان المعمورة من مختلف الطبقات والثقافات، وصارت السلع الاستهلاكية وأسماء وعلامات الشركات الكبرى متعددة الجنسيات جزءاً من الثقافة المتداولة بين البشر رغم اختلاف اللغات والثقافات، لقد فرض الاعلان نوعاً من الهيمنة على الأسواق العالمية، وعلى المستهلكين من خلال توحيد وتنميط الأذواق، وخلق اجماع زائف على استهلاك سلع وخدمات قد لا يكون الفرد أو المجتمع في حاجة إليها، أو قد لا تتفق مع احتياجاته واطباعه المعيشية، بل ولا تتفق وأولويات المجتمع.

في الوقت ذاته ادت ثقافة الاستهلاك وبريق الاعلانات إلى تسليع القيم والأفكار والمعاني والمشاعر من خلال الاحتفاء المبالغ فيه بأهمية الرموز والعلامات المادية، وخلق نوع من الارتعاش الزائف بين الحصول على سلعة أو استهلاك سلعة أو خدمة وبين تحقيق السعادة أو الحرية أو حتى الحصول على الحب.

ان انتشار ثقافة الاستهلاك، عبر آلية الاعلان وحب التملك والمحاكاة وتقليد الآخرين تتجسد في الواقع العربي فيما يخلق ضغوطاً اقتصادية وثقافية على معظم الأسر العربية حتى الميسورة منها حيث تظهر رغبات واحتياجات مصطنعة أو غير ضرورية إلا انها تتحول عبر آلية الاعلان وتفشي قيم الاستهلاك والرغبة في تقليد الآخرين إلى احتياجات ومطالب يرفعها الصغار داخل الأسرة مما يرهق كاهل الأبوين مادياً أو معنوياً، والاشكالية هنا إلى أن الفهم الاستهلاكي لا نهاية له، وبالتالي فانه يخلق ضغوطاً اقتصادية مستمرة، الأمر الذي قد يثير توترات في عملية التنشئة الاجتماعية وفي العلاقة بين الوالدين والصغار، من هنا ضرورة أن يحرص الوالدان على مناقشة الأبناء بشأن جدوى ومصداقية الاعلانات، وجدوى السلعة أو الخدمة التي يرغبون في الحصول عليها، مع تعليم الصغار قيم القناعة والرشد في الاستهلاك والاكتفاء، والقدرة على الاستغناء والأهم ان يكون سلوك الوالدين الاستهلاكي قدوة ونموذجاً يحتذى أمام الصغار.

ثالثاً: تهديد الهوية القومية:

من المتفق عليه بين الباحثين ان العولمة بأبعادها المختلفة تعتمد على تجاوز الحدود السياسية وتجاوز الثقافات والهويات القومية وإضعاف سلطة الدولة الوطنية وإعلاء شأن اقتصاد السوق، ومثل هذه الأوضاع لا تعني تحقيق نوع من العالمية أو وحدة النوع البشري، بل على العكس قد تقود إلى هيمنة الثقافة الغربية، خاصة في ظل هيمنة واحتكار الدول الغربية والشركات متعددة الجنسية الغربية المنشأ على إنتاج وسائل الإعلام، ووكالات الأنباء والصور، وشبكات الاتصال والمعلومات، وفي ظل عجز وتبعية وسائل الإعلام العربية، واعتمادها المتزايد على وسائل الإعلام الغربية وعلى برامج ومضامين غربية.

على أن أخطر التحديات هو ما قد تتعرض له المكونات الأساسية للثقافة العربية المتمثلة في الإسلام واللغة العربية والوعي التاريخي بالذات والآخر، فمن الثابت ان عولمة الإعلام تعتمد على اللغة الانجليزية، كما ان صورة العرب والمسلمين في الإعلام الغربي المهيمن على الساحة الدولية لا تعبر عن الواقع، بالإضافة إلى أن الإعلام الغربي يتعامل مع العرب بحكم علاقات الاستعمار والتبعية كإقطاع متفرقة لا كأمة واحدة.

ومع ذلك فإن التدفق الإعلامي والمعلوماتي من الشمال إلى الجنوب، وسطوة وبريق الإعلانات ونشر ثقافة الاستهلاك قد يوفر للمواطن العربي مصادر عديدة للمعلومات، ويفتح أمامه الطريق للتفاعل الحر مع ما يجري في العالم، لكن في المقابل هناك مخاطر التغريب وتهديد اللغة العربية، وطمس الهوية العربية، وقطع الصلة بين الأنباء وتراث امتهم وتاريخها العريق، ولا شك ان الحفاظ على الهوية العربية والخصوصية الحضارية للأمة العربية هي من المهام الأساسية التي يجب أن تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية بوسائل جديدة تتمشى مع ظروف ومتطلبات القرن الواحد والعشرين، وفي الوقت نفسه تكون قادرة على الاستجابة الواعية للآثار الملتبسة للعولمة سواء كانت فرصاً أم تحديات وتهديدات، ان التربية العربية امام هذا الواقع ليس مهمتها تكوين جيل يتغنى بثقافته العربية الاسلامية أو يجيد حفظ اصولها ومتونها، بل مهمتها

تكوين فكر نقدي حر، قادر على أن يترجم الثقافة العربية الاسلامية إلى لغة العصر، وبالتالي بناء مركب ثقافي جديد قادر على ان يترجم الثقافة العربية الاسلامية إلى لغة العصر.

والاسرة العربية يجب الا تدع مهمة الحفاظ على الهوية القومية وتنميتها للمدرسة وحدها، بل من الضروري ان تشارك فيها بفاعلية، وبوعي بحيث يكون الالتزام بتعاليم الاسلام والاعتزاز باللغة العربية والتراث العربي جزءاً أصيلاً من الحياة اليومية داخل الأسرة يلتزم به الجميع قولاً وفعلًا، ويتخذوا من هذا الالتزام وقواعده معايير أساسية لتقييم الثقافات الأجنبية الوافدة والتفاعل معها، ذلك ان الهوية الثقافية كما تقرر الخطة الشاملة للثقافة العربية ليست مركباً جامداً من الخصائص والقيم والتقاليد، ولكنها مجموعة من المشاعر والأفعال ومن السمات التاريخية والأبعاد الفكرية والفنية والروحية، ومن معطيات السلوك الحية النامية تغني بالحوار وبالتطور وبالأخذ والعطاء والابداع الذاتي، فهي تتجدد وتعيد خلق ذاتها في اطار خصائصها لانها في حركة داخلية مستمرة وتتغذى بالمووروثات العريقة للمجتمع، وبالقدرات الداخلية الابداعية فيه، كما تتغذى بالاسهامات الخارجية عن طريق الاستيعاب والتحوير والتمثل .

رابعاً: مخاطر الجريمة المنظمة:

لعل أحد أبرز ملامح العولمة هو زيادة وسرعة تبادل عوامل الانتاج بين الأسواق، في هذا السياق ظهر أحد أهم تعريفات العولمة باعتبارها تكثيفاً للعلاقات الاجتماعية على مستوى العالم بطرق تجعل الاحداث تتشكل بفعل الأحداث التي تقع على مسافة بعيدة والعكس صحيح، وفي هذا الاطار ازدادات قوة الشركات متعددة الجنسيات، بينما تقلصت سلطة الدولة القومية.

وكان من الطبيعي في ظل هذه الأوضاع ان تنشط الجريمة المنظمة عابرة الحدود وتتخذ اشكالاً جديدة، وتعتمد على وسائل تتناسب مع آثار وتداعيات العولمة، لقد استغلت عصابات المافيا الدولية حالة الفوضى والاضطراب في بعض مناطق العالم، وانطلقت تعمل بحرية وتوسع دائرة اعمالها تحت شعارات العولمة والتجارة الحرة، وتحصد

عصابات المافيا مئات المليارات من الدولارات القذرة من الاتجار بالمخدرات والسلاح والعمولات والتهريب والدعارة والتزيف وغسيل الأموال وسرقة السيارات وتجارة وتهريب التكنولوجيا وسرقة وإعادة بيع المؤلفات الفكرية علاوة على الاتجار غير المشروع في الاعضاء البشرية والاتجار غير المشروع في المواد النووية، وجرائم الحاسوب، ومع ذلك توجد صعوبة بالغة في تسجيل احصاءات الجريمة المنظمة، وهو ما دعا الدول المشاركة في المؤتمر الوزاري المعني بالجريمة المنظمة بالتوصية بأن تقوم كل دولة بإنشاء مكتب خاص Clearing House يتولى مسؤولية تلقي المعلومات والبيانات الكافية والضرورية عن الجريمة المنظمة.

ولا يتسع المجال للتعرض تفصيلاً للأنشطة الاجرامية التقليدية والمستحدثة لعصابات الجريمة المنظمة، لكن تكفي الإشارة إلى أن بعض أنشطة هذه العصابات تمثل تهديدات قائمة للأسرة العربية، والصد تحديداً الجماعات الارهابية وعصابات الاتجار بالمخدرات والجنس، خاصة الاتجار بالجنس عبر شبكة الانترنت وشبكات الاتصال الدولي، والتي تستهدف الاطفال عرضة للاغراءات الرخيصة

والأساليب غير المباشرة التي تتبعها عصابات الجريمة المنظمة وشركاؤها المحليون. ولا شك ان تفعيل دور الأسرة العربية في خفض الطلب على المخدرات والوقاية منها، وكذلك الوقاية من المخدرات، ومن اغراءات الجنس التخليبي عبر الانترنت والهاتف وغيرها من جرائم الانترنت اصبح ضرورة ملحة، وقد أثبتت البحوث والدراسات ان أهم اسباب تعاطي او ادمان الابناء للمخدرات تتمثل في وجود تاريخ للتعاطي أو الإدمان داخل الأسرة، والانهيال الأسري نتيجة الطلاق أو الهجر بين الأبوين أو وقوع خلافات شديدة واستمرارها بشكل مزمن واختلال الانضباط في الأسرة وضعف الوازع الديني، وصحبة أقران متعاطين أو مدمنين، وتدخين السجائر قبل بلوغ سن 12 سنة، والظروف السيئة في بيئة العمل، وأخيراً سجل سيء في العمل أو في المدرسة. ومن تأمل هذه الأسباب يمكن وضع ارشادات أو مقترحات أمام الأبوين لمتابعة الأبناء وسد منافذ الاغراء ونقاط الضعف التي قد تؤدي بهم إلى التورط في المخدرات أو أي

انحرافات أخرى، شرط أن يعي الأبوان بمركزية وأهمية دورهما، وبضرورة أن يتم الاشراف والتوجيه بأساليب تربوية تعتمد الحوار والنقاش بدلاً من أسلوب التلقين.

الفصل الخامس

دور الأعلام في دعم المجتمع المدني

الفصل الخامس

دور الإعلام في دعم المجتمع المدني

مقدمة

كيف ينبغي أن تكون العلاقة بين المجتمع المدني والإعلام، وكيف تبدو هذه العلاقة واقعياً؟ وهل حققت شيئاً إيجابياً لصالح المجتمع؟ وهل هناك ثمة عوائق تحول دون وصول تلك العلاقة إلى مرحلة متقدمة؟ وما الذي يحتاجه الطرفان للوصول إلى علاقة إيجابية وفاعلة بينهما؟.

في السطور التالية نحاول الإجابة عن هذه التساؤلات للمساهمة في إيجاد رؤية لعلاقة تجمع بين المجتمع المدني والإعلام بما يعمل على تحقيق رسالة الطرفين المنطلقة من هدف مشترك يتمثل في تحقيق المشاركة الحقيقية للمجتمع في الشأن العام. وإذا كان الفكر السياسي قد توصل منذ عدة قرون مضت أنه يجب لبناء الدولة الحديثة وجود ثلاث سلطات تتعاون معاً وتستقل كل واحدة منهما عن الأخرى، وهي السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية. فإننا يجب أن نعلم أن تقدم وغمو ورقي المجتمعات الحديثة يقوم على ثلاث ركائز هي:

- قضاء مستقل ونزيه

- صحافة حرة مستقلة

- مجتمع مدني قوي وفعال

والمجتمع المدني لكي يكون قوياً وفعالاً يحتاج إلى صحافة حرة مستقلة تدعمه وتنشر أفكاره بين الجماهير، والصحفيون يحتاجون إلى منظمات المجتمع المدني التي تعمل بين الجماهير لتمدهم بالأخبار والأفكار والحلول لمشكلات هذا المجتمع، وأيضاً للدفاع عن الصحفيين أنفسهم في مواجهة تعسف السلطة أو جور مؤسساتهم، والاثنان (المجتمع

المدني والإعلام) لا ينعمان بالعيش ولا يستطيعان أن يمارسا مهامهما إلا في ظل وجود قضاء مستقل ونزيه يحميهما من تغول السلطة أو تخلف المجتمع.

وبالتالي لا يمكن تصور وجود مجتمع صحيح وراقي ومتقدم يفتقر إلى علاقة صحيحة ومتوازنة بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام. وهو الأمر الذي سوف نتطرق إليه في المباحث التالية:

أولاً: المجتمع المدني ووسائل الاتصال الجماهيري

انتشر في السنوات الأخيرة مصطلح المجتمع المدني في الأدبيات العربية للتعبير عن القوى الاجتماعية المختلفة والمتعددة التي تنشط في المجتمع في إطار منظم بهدف تحقيق مطالب واحتياجات الجماعات التي تمثلها.

ويعتمد المجتمع المدني في أنشطته وفي تحقيق أهدافه على وسائل الإعلام للوصول إلى السلطة والفعاليات السياسية في المجتمع.

والسؤال الذي يُطرح هنا هو إلى أي مدى تساهم وسائل الاتصال الجماهيري في نشر ثقافة المجتمع المدني وإلى أي مدى تخدم وسائل الإعلام المجتمع المدني، ومن جهة أخرى إلى أي مدى يؤثر المجتمع المدني في وسائل الإعلام ويجعلها أدوات في خدمة المجتمع ووسائل للمراقبة والنقد والاستقصاء، وقوى تضمن التوازن داخل الآلة السياسية في المجتمع.

ومن هنا نتساءل عن ماهية الأدوار التي تلعبها المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي فيما يتعلق بالتنشئة الاجتماعية ونشر الوعي السياسي وثقافة الديمقراطية وثقافة الحوار والاختلاف والتعددية والتنوع.

والعلاقة هنا جدلية بين المجتمع المدني ووسائل الإعلام حيث أن المجتمع المدني يتأثر بوسائل الإعلام ويؤثر فيها ومن جهتها تتأثر وسائل الإعلام بالمجتمع المدني وتؤثر فيه.

فكلما كان المجتمع المدني قوياً وفعالاً ومشاركاً في مجريات الأحداث في محيطه كلما فتح المجال واسعاً أمام وسائل الإعلام لتغطية هذه الفعاليات والأحداث لتكون المؤسسات الإعلامية في المجتمع منبراً للحوار والنقاش من أجل القرار السليم والحكم الرشيد. ولقد ساهم انتشار العولمة وثورة المعلومات والاتصالات والمجتمع الرقمي وانتشار الانترنت وانتشار التعليم وتوفر المعلومة والوصول إليها بسهولة في بلورة ونضج فكرة المجتمع المدني في الوطن العربي.

وهذا الكيان المسمى بالمجتمع المدني الذي يتكون من مختلف التنظيمات والفعاليات داخل المجتمع يهدف إلى تقاسم السلطة مع الدولة انطلاقاً من مبدأ أن عهد الدولة المتسلطة والدكتاتورية والطاغية قد ولى. ومن هنا يتمثل دور المجتمع المدني في خلق توازن بين القوى الاجتماعية، كما يعمل المجتمع المدني على إفراز فضاء مستقل منتج لقيم العدالة والمساواة والحرية. فالمجتمع المدني هو فضاء للحرية، يتكون من شبكة العلاقات التي تقوم على الاختيار والاقتناع والحرية، حيث أنه يمنح الأفراد قدرة على النشاط الطوعي الحر.

ويعمل المجتمع المدني على تنظيم العلاقات داخل تنظيمات مدنية تحقق استقلالاً نسبياً عن الدولة من ناحية وعن قوى السوق من ناحية أخرى. فالحياة المدنية هي الفضاء الطبيعي للعمل الحر الذي تنمو فيه قدرات البشر وإمكانياتهم وقدراتهم على حب الاستقلال ونبذ التسلط والقمع.

ويستقي المجتمع المدني قوته من الثقافة المدنية التي تتمحور حول الحرية والمساواة والمواطنة وهي في أساسها قيم عامة تتفرع عنها قيم تؤمن بالتفكير الحر الخلاق والفعل الحر المسئول والحرية التي تستمد قيمتها من مبدأ الفرد الأخلاقي الذي يؤمن بأن حريته تعني حرية الآخرين.

وأدوات الاتصال الجماهيري في المجتمع هي التي تنقل ثقافة المجتمع المدني من مستوى الوعي الفردي والجماعي إلى مستوى الوعي العام. وبهذا تصبح الثقافة المدنية

جزءاً لا يتجزأ من وعي الأمة. هنا يتوجب على وسائل الاتصال الجماهيري أن تقدم خطاباً إعلامياً هادفاً يحمل في طياته قيماً اجتماعية راقية تنبع من المجتمع وقيمه ومبادئه. وهذا يعني أن المؤسسات الإعلامية عبر البرامج الحوارية والدراما والأفلام والتحقيقات والأخبار يجب أن تعكس هموم وثقافة المجتمع المدني.

فنشر ثقافة المجتمع المدني بحاجة إلى مؤسسات إعلامية ووسائل اتصال تؤمن بالمجتمع المدني وتؤمن بالمتخلف العضوي وبالقيم المجتمعية الأصيلة. فالمشرف على المؤسسة الإعلامية والقائم بالاتصال يجب أن يؤمن بالمجتمع المدني وبالثقافة المدنية ورسالة يعملان من أجل تحقيقها لصالح المجتمع بأسره وليس الركض وراء الإعلانات والربح السريع أو العمل لمصلحة أصحاب النفوذ السياسي والمالي في المجتمع.

فوسائل الاتصال الجماهيري هي التي تنتج الوعي الاجتماعي وهي التي تركز القيم والعادات والتقاليد والنسق القيمي والأخلاقي في المجتمع ومن ثم فهي مطالبة بنشر ثقافة المجتمع المدني.

والمؤسسات الإعلامية هي الأدوات التي تنمي الثقافة المدنية وتعمل على نشرها وتقويتها والتصدي لثقافة العنف والتطرف والإقصاء والفردية والمادية ورفض الآخر. فوسائل الاتصال الجماهيري هي الحليف الاستراتيجي للمجتمع المدني وهي الوسيلة الفعالة والأداة الضرورية لتحقيق مبادئه وقيمه في المجتمع.

فمضمون وسائل الاتصال الجماهيري هو الغذاء الروحي والفكري والعقلي للثقافة المدنية وأداء هذه المؤسسات في المجتمع يعتبر سلوكاً مدنياً يدعم المجتمع المدني والثقافة المدنية. فالمجتمع المدني في نهاية المطاف هو وعي وثقافة وقيم ومبادئ تترجم إلى سلوك وعمل يومي يؤمن بروح الجماعة والمصلحة العامة.

ويرى عدد من النقاد والباحثين أن ضعف أداء وسائل الإعلام في المجتمع يعود بالدرجة الأولى إلى ضعف المجتمع المدني انطلاقاً من مبدأ أن الإعلام هو مرآة عاكسة للوسط الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي الذي يوجد فيه ويتفاعل معه. فإذا كان المجتمع المدني ضعيفاً فهذا ينعكس سلباً على أداء المؤسسات الإعلامية في المجتمع.

فالإعلام القوي والفعال لا ينمو ولا يتطور ويزدهر إلا في مناخ الديمقراطية والحرية والرأي والرأي الآخر، ووجود القوى المضادة والفاعلة في المجتمع التي تراقب وتنتقد وتعمل من أجل مشاركة الجميع في تحقيق المساواة والعدالة في المجتمع وفي جعل كل فرد في المجتمع مسئولاً وواعياً وحرّاً.

ويمكن التفرقة بين الإعلام والمجتمع المدني تبعاً لوظيفة كل منهما كالتالي:

الإعلام

تكمّن وظائف الإعلام بمختلف وسائله في تعريف المواطنين بالقضايا الأكثر أهمية بالنسبة للمجتمع، كما تعمل على عرض مختلف الأفكار والتحاوّر حولها، إضافة إلى أداء دور مهم في عمليتي الرقابة والمساءلة للحكومات، بما يساعد المواطن على أداء دوره في مشاركة السلطة في اتخاذ القرار.

المجتمع المدني

بعيدا عن التعدد في تعريف المجتمع المدني ومراحل نشأته يمكن القول "أن المجتمع المدني هو رابطة اجتماعية تقوم على الاختيار الفردي الطوعي حيث يدخل فيها الأفراد دون إجبار ويتقدمون إلى التنظيمات القائمة بطلب الانضمام إلى عضويتها بإرادتهم الحرة التي تجعلهم يلتزمون بمبادئها ويسهمون بجدية في أنشطتها، ووجود هذه الرابطة الاجتماعية يحقق للمجتمع ككل مزيداً من الاستقرار، كما يضمن تقييداً لسلطة الدولة ومنعها من الاستبداد".

وهذا الشكل من التنظيم الاجتماعي يتكون من مجموعة من المؤسسات المتنوعة تعليمية ومهنية وسياسية وثقافية وحقوقية كالنقابات والاتحادات العمالية والمهنية والجمعيات الأهلية، وكذلك الخيرية..... الخ والتي تسودها قيم ومبادئ التسامح والقبول بالآخر والحوار السلمي واحترام الحرية والخصوصية الفردية.

ولا يعني هذا القول إن المقصود بالمجتمع المدني أساساً إيجاد معارضة سياسية في مواجهة الدولة، إذ أن فاعلية المجتمع المدني- بكافة تكويناته- تنطوي على أهداف أوسع وأعمق من مجرد المعارضة، إنها المشاركة بمعناها الشامل في مختلف المجالات.

ثانياً: العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني

ليس هناك مواصفات محددة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني يمكن اعتبارها مقياساً أو مؤشراً لعلاقة جيدة أو غير فاعلة، لكن يمكن القول أن العلاقة بين الطرفين علاقة تكاملية، أو علاقة تأثير وتأثر. فالإعلام الفعال الذي يعزز الديمقراطية ويؤثر فيها ويتأثر بها هو ذلك الإعلام الذي يستند إلى مجتمع مدني فعال وإلى قوى مضادة داخل المجتمع تعمل على إفراز ثقافة ديمقراطية وحراك سياسي يقومون على المراقبة وكشف الحقائق والوقوف أمام الفساد والتجاوزات واستغلال النفوذ والسلطة.

الحالة المصرية

وبالنظر إلى الواقع الفعلي في مصر تبدو العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني في الغالب علاقة سطحية، غير قائمة على رؤية بعيدة المدى. وتمثل هذه العلاقة السطحية انعكاساً لواقع الطرفين (منظمات المجتمع المدني والإعلام) حيث نجد الأول يعاني من قيود عديدة تحول دون قيامه بدوره الفعلي جراء استلابه استقلاليته بنصوص قانونية والتضييق عليه من قبل السلطة بما يصل أحياناً إلى اتهام بعض مؤسسات المجتمع المدني بالعمالة والارتهاق للخارج في حال بروز أنشطة لتلك المؤسسات لا تصب في اتجاه سياسة السلطة.

وفي ذات الاتجاه يشهد الواقع وجود عوائق عديدة تحول دون قيام وسائل الإعلام بدورها نتيجة القيود المفروضة على حرية التعبير وحرية الحصول على المعلومات.

ولا تزال السلطة تنظر للصحافة كأداة لتثبيت سيطرتها على المجتمع ووسيلة لتعبئة الجماهير لصالحها، وهي لذلك تنظر إلى دور الصحافي على أنه مكمل لدورها، ينبغي

عليه أن يكيل لها المدح والتسبيح، ونموذج ذلك يبدو جليا في وسائل الإعلام الحكومية المسماة بالقومية وكذلك تلك الموالية للسلطة.

ووفق هذه النظرة يصبح الصحفي من المغضوب عليهم إذا استقصى وبحث وانتقد، والشواهد على ذلك كثيرة ومنها المضايقات والمطارادات والمحاكمات التي تجرى ضد الصحفيين، وليس من قبيل المبالغة القول إن الإعلام في نظر بعض مؤسسات المجتمع المعارضة للسلطة كالأحزاب مثلا، ليس بعيدا عن تلك الزاوية الضيقة أيضا، حيث لا يراد منه سوى أن يؤدي وظيفة تعبر عن رأي تلك الجهات، وتنتقد باتجاه واحد وأحيانا وفق مقاييس محددة سلفا بما يحد من دور الإعلام الحقيقي.

كما تسود نظرة لدى البعض في المجتمع المدني إلى الإعلام كناقل لخبر أو حدث معين بعيدا عن تأثيره في ذلك الحدث، وفي التعريف به، وفي صياغة وتحرير اتجاهاته الأساسية، ضمن رسالة تساهم في توجيه الرأي العام.

ومن ينظر إلى الإعلام بهذه النظرة يكتفي بما يعتبره شهادة توثيق حصل عليها من تناول إعلامي سطحي عن نشاطه أيا كان مستواه أو أثره، وقد ساعدت وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية على تعميق هذا المفهوم الخاطئ.

وينبغي أن ينظر المجتمع المدني إلى الإعلام كوسيلة تؤدي إلى جانب نقل الأحداث وظائف التربية والتثقيف وإعادة تشكيل الوعي وتزويده بوسائل التفكير وتمكينه من الرؤية وتكوين الآراء والاتجاهات.

بمعنى آخر ينبغي النظر إلى الإعلام كعنصر من عناصر ثقافة المجتمع المدني، يؤدي دوره الحقيقي في الحياة المجتمعية، كوسيلة للتثقيف وتشخيص مواضع الخلل في المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

في المقابل نجد أن اهتمام مختلف وسائل الإعلام بمنظمات المجتمع المدني، يركز على تغطية الأنشطة التي تقوم بها تلك المنظمات بصورة آنية وسطحية، دون متابعة أهم القضايا التي تثيرها تلك المنظمات ومحاولة توسيع نطاقها للوصول عبرها إلى نتائج أكثر إيجابية لصالح الطرفين ولصالح المجتمع ككل.

وحتى ندرك أهمية الإعلام بالنسبة للمجتمع المدني أو أي مشروع آخر فهناك مثال من نيجيريا فقد وجد البنك الدولي أن هناك عدداً من المشروعات في دولة نيجيريا بعد تنفيذها تكلفت مبلغ 2 مليون دولار ولم يكتب لها النجاح، وتكرر ذلك الأمر مع عدة مشروعات تالية، وبالبحث اكتشفوا أن المشروعات كان ينقصها الاهتمام بدعم عنصر الإعلام. ومن المفترض أن يقوم الإعلام بإبلاغ المجتمع الذي ولد فيه المشروع بفوائده وأسباب إنشائه، ومع إغفال هذا العنصر أحجم الناس عن المشروع وبالتالي كتب عليه الفشل.

وسوف نستعين في معرفة العلاقة بين الإعلام والمجتمع المدني من خلال التغطيات الصحفية بدراسة حديثة - غير منشورة - أجرتها كلية الإعلام بجامعة القاهرة بالتعاون مع كلية الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وتعنى هذه الدراسة بتحليل الصورة المقدمة عن المجتمع المدني في مصر بمختلف منظماته (جمعيات أهلية - نقابات مهنية - نقابات عمالية) في عينة من الصحف المصرية قومية وخاصة وحزبية، كما تعنى بدراسة المحددات المؤثرة في صياغة صورة تلك المنظمات، ومدى الاتفاق أو الاختلاف في ملامح هذه الصورة من صحيفة لأخرى.

واتساقاً مع هذا الهدف، فقد استهدفت الدراسة الإجابة على مجموعة من التساؤلات الرئيسية الخاصة بكثافة الاهتمام الذي أولته العينة المختارة لدور المجتمع المدني وقضاياها؟ استناداً للمعايير الخاصة بحجم الاهتمام ونوعه، والفنون التحريرية التي تم توظيفها لتقديم صورة المجتمع المدني.

كما استهدفت الدراسة تحليل المصادر الصحفية وآليات توظيفها في صياغة التغطية الصحفية مع إبراز حدود الاتساق أو الاختلاف بين صحف الدراسة ودلالاته. وقد استندت الدراسة في معالجتها الوصفية إلى معيارين أساسيين أولهما: منهج التحليل المقارن وتحليل المضمون كماً وكيفياً على عينة مختارة من الصحف ذات التوجهات المختلفة سواء فيما يتعلق بسياساتها التحريرية و توجهاتها السياسية والأيدولوجية، أو في اهتمامها بالمجتمع المدني ودوره. وتشمل عينة صحف الدراسة:

- الصحف القومية: الأهرام (يومية) وأخبار اليوم (أسبوعية)
- الصحف الخاصة: المصري اليوم - الدستور - نهضة مصر (يومية)
- الصحف الحزبية: الأهالي (أسبوعية)

أما المعيار الثاني فقد استند إلى فترة زمنية محددة بستة أشهر (هي الفترة من يناير 2008 وحتى يونيو 2008) وقد شهدت تلك الفترة مجموعة من الأحداث والقضايا المجتمعية التي ساعدت في رسم ملامح دور المجتمع المدني من زوايا ورؤى مختلفة، استناداً لطبيعة التغطية الصحفية، وتحديد لها للقوى السياسية والمجتمعية الفاعلة.

فقد أظهرت عملية تحليل المواد الصحفية مجموعة من النتائج ذات الدلالات والمعاني الخاصة بادراك ونظرة الصحفيين للمجتمع المدني ودوره المجتمعي والتنموي وموقعه في التفاعلات العامة التي تشهدها الساحة المصرية، وتتجلى هذه الدلالات بوضوح في مجموعتين من النتائج الرئيسية أولهما يتعلق بالسياسة التحريرية وسبل معالجة قضايا المجتمع المدني المصري، وثانيهما تتعلق برؤى تلك الصحف للمجتمع المدني ومنظماته.

أ: السياسة التحريرية وسبل معالجة صحف العينة للمجتمع المدني

فرض تباين الأطر والفنون الصحفية في تناول شئون المجتمع المدني في مصر نفسه كنتيجة أساسية تكشف عنها درجة الاهتمام ومساحة التغطية الصحفية في العينة المختارة.

1- اهتمام صحف الدراسة بالمجتمع المدني:

تشير النتائج إلى كثافة الاهتمام بتغطية أخبار منظمات المجتمع المدني. وقد كانت صحيفة المصري اليوم في مقدمة الصحف موضع الدراسة اهتماما بتغطية أخبار المجتمع المدني المصري ومناقشة قضاياها، حيث احتلت الترتيب الأول بنسبة 37.8%، تليها جريدة الأهرام في المرتبة الثانية بنسبة 29.5%، ثم نهضة مصر والدستور بفارق كبير بنسبتي 13.5%، 12.5% على التوالي ويرجع تزايد الاهتمام بالمجتمع المدني إلى تعدد

الاحتجاجات والاعتصامات والإضرابات التي قامت بها العديد من الفئات المهنية والعمالية خلال فترة الدراسة.

2- موقع المادة الصحفية:

تشير نتائج التحليل إلى غلبة ظهور المواد الصحفية المعنية بالمجتمع المدني في الصفحات الداخلية للصحف موضع البحث، ويرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة القصص الخيرية التي تغطي أنشطة الجمعيات الأهلية خاصة في المجالات الخيرية والتطوعية والتي تعتبرها الصحف من الأخبار الخفيفة التي تنشر في الصفحات الداخلية، فضلاً عن موقع الصفحات الداخلية المتخصصة للمجتمع المدني.

3- الفنون الصحفية:

أظهرت نتائج البحث غلبة المواد الإخبارية في تغطية صحف الدراسة لشئون المجتمع المدني مقارنة بمواد الرأي. فقد ارتفعت نسبة تلك المواد عن ثلثي المواد الصحفية المنشورة حول موضوع البحث، وهو ما يمكن إرجاعه بالنسبة لصحيفة الأهرام للتوسع في نشر الأخبار القصيرة التي تعني بمتابعة نشاط الجمعيات الأهلية على وجه الخصوص. في حين يمكن إرجاع زيادة المواد الإخبارية في الصحف الخاصة إلى اهتمامها بتغطية الاحتجاجات التي شهدتها بعض النقابات المهنية والعمالية، والتوسع في نشر التقارير الإخبارية بشأن حقوق الإنسان وحرريات التعبير.

هذا الاتفاق بين الصحف الخاصة والقومية - إلى حد كبير - في الاهتمام بالمتابعة الخيرية للأحداث، ارتبط أيضاً باتفاق آخر في انخفاض نسبة الاهتمام بتقديم قضايا المجتمع المدني من خلال إطار عام يهتم بتوسيع اطر المعرفة والإدراك بأهمية دور المجتمع المدني ومنظماته من ناحية، ويدعو القارئ للمشاركة الإيجابية بالقدر الذي يساهم في تنمية ثقافة التطوع من ناحية ثانية، فضلاً عن نشر الوعي العام بأهمية المسؤولية الاجتماعية لكافة شرائح المجتمع.

4- طبيعة المصادر الإخبارية:

- تكشف النتائج عن وجود اختلاف بين صحف الدراسة فيما يتعلق بالمصادر التي اعتمدت عليها في التغطية الصحفية لمنظمات المجتمع المدني، حيث ارتفعت نسبة الاعتماد على المصادر الرسمية في صحيفتي أخبار اليوم والأهرام بنسبتي 21.5% و12.3% على التوالي في حين لم تتعد نسبة الاعتماد على المصادر الرسمية في سائر الصحف عن 8.9%.
- اتفقت صحف الدراسة في تزايد الاعتماد على المصادر التي تنتمي لمنظمات المجتمع المدني في المواد الصحفية موضع التحليل. فقد كانت صحيفة المصري اليوم الأكثر اعتماداً على تلك المصادر بنسبة 70.9%، تليها صحيفة نهضة مصر بنسبة 68.5% ثم الدستور بنسبة 68.5% ثم الأهالي بنسبة 50%، في حين كانت الأهرام أقل الصحف اعتماداً على مصادر من مؤسسات المجتمع المدني. وكذلك الأخبار التي تعني بمتابعة أخبار الجمعيات الأهلية بدون تحديد المصدر

آليات توظيف المصادر:

- تشير نتائج تحليل العينة إلى وجود ارتباط واضح لعملية توظيف التواجد المكثف لمصادر معينة (حقوقية / رسمية) واستخدام تصريحاتها ومقولاتها لدعم مواقف معينة على حساب سياسات ومصالح أطراف أخرى، وقد تم ذلك عبر عدة مسارات:
- استعراض تصريحات متكررة لمصادر رسمية عديدة تؤكد على التنسيق بين الوزارات والأجهزة الحكومية لحل مشكلات العمال وضمان حصولهم على حقوقهم ورفع مستوى معيشة العديد من الفئات المهنية والعمالية، وقد ظهر ذلك في الصحيفتين القوميتين موضع البحث.
- إعلاء خيارات بعض المنظمات المدنية حيث يتم استدعاء مصادر وتصريحات تلقي التبعة على الحكومة في تقييد العمل الأهلي، ووضع المعوقات أمام حرية التنظيم واستقلال المجتمع المدني.

- لا يقدم الخطاب الخبري في الصحف الخاصة موضع البحث تغطيته للأحداث بصورة متوازنة إذ يتم تقديم المصادر الحقوقية في مساحات كبيرة داخل القصص الخبرية دون تنفيذ أو معارضة لمقولاتها من جانب مصادر رسمية.

- يتم توظيف تصريحات المصادر الحقوقية داخل الخطاب الخبري لصحف الدستور ونهضة مصر من أجل الهجوم على السياسات الحكومية فيما يتعلق باستقلال منظمات المجتمع المدني، وانتقاد التدخل الحكومي في النقابات المهنية والعمالية.

5- منظمات المجتمع المدني موضع الاهتمام:

تشير نتائج الدراسة إلى تفاوت واضح في اهتمام الصحف بمنظمات المجتمع المدني خلال فترة الدراسة، وإلى تباين في الأولويات التي توليها الصحف لكل نوعية من تلك المنظمات ويفسر ذلك في ضوء تباين أنماط ملكية الصحف وتنوع السياسات التحريرية لكل منها، وذلك على النحو التالي:

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالجمعيات الأهلية وكانت في مقدمة اهتمامات صحف الأهرام بنسبة 61.8%، وأخبار اليوم بنسبة 36%، ونهضة مصر بنسبة 35.2%، والأهالي بنسبة 61.1%، ويمكن تفسير ذلك في ضوء زيادة نسبة المواد الإخبارية التي تهتم بتغطية ومتابعة الأنشطة الخيرية التي تقوم بها العديد من الجمعيات الأهلية.

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالنقابات المهنية في جريدتي الدستور والمصري اليوم بنسبتي 61% و46%، على التوالي. ويفسر ذلك في ضوء السياق السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي اتسمت به الفترة الزمنية للبحث والتي شهدت العديد من الاحتجاجات والإضرابات في مختلف الفئات للمطالبة بتحسين مستوى المعيشة، وقد ازداد اهتمام الصحف بتلك الأحداث التي شهدتها فترة الدراسة والتي كانت النقابات المهنية طرفاً أساسياً فيها.

- ارتفعت نسبة الاهتمام بالنقابات العمالية في الصحف الخاصة والحزبية موضع التحليل مقارنة بالصحف القومية، وقد كانت صحيفة الأهالي أكثر الصحف اهتماما بتغطية الأحداث المتعلقة بالنقابات العمالية وذلك بنسبة 25 % يليها الدستور بنسبة 20.3% ثم المصري اليوم بنسبة 19.3% ويفسر ذلك في ضوء السياسة التحريرية لصحيفة الأهالي والتيار الفكري الذي تعبر عنه.

- طبيعة الجمعيات الأهلية:

تشير نتائج البحث إلى وجود تفاوت واضح بين الصحف القومية من جانب والصحف الخاصة والحزبية من جانب آخر من حيث ماهية الجمعيات الأهلية موضع اهتمام الخطابات الصحفية موضع التحليل. ففي حين بلغت نسبة الاهتمام بالجمعيات الأهلية ذات النشاط التنموي 83% من جملة اهتمامات صحيفة الأهرام بالجمعيات الأهلية ونسبة 100% من جملة اهتمام صحيفة أخبار اليوم بالجمعيات الأهلية، انخفضت نسبة الاهتمام بالجمعيات التنموية في سائر الصحف موضع الدراسة لتصل إلى 40% في الأهالي، و23.5% في نهضة مصر، و30% في المصري اليوم، و8% في صحيفة الدستور.

كما أظهرت النتائج تباين حجم الاهتمام بمتابعة الجمعيات الحقوقية بين الصحف القومية من جانب والصحف الخاصة والحزبية موضع البحث من جانب آخر، وقد ظهر أثر التيار الفكري الذي تمثله كل صحيفة على حجم هذا الاهتمام وطبيعته، فقد كانت صحيفتا الدستور ونهضة مصر أكثر صحف الدراسة اهتماما بالجمعيات الحقوقية وذلك بنسبة 68% من إجمالي الجمعيات التي وردت في خطاب صحيفة الدستور بنسبة 65% في صحيفة نهضة مصر، ومن جانب آخر انخفضت نسبة الاهتمام بالمنظمات الحقوقية في الأهرام إلى 3% فقط بينما ندر هذا الاهتمام واختفى خلال فترة الدراسة في صحيفة أخبار اليوم.

كذلك أوضحت النتائج بروز الحركات الاجتماعية في خطاب الصحف الخاصة موضع الدراسة في حين تم إغفال أي قصص خبرية أو تقارير تتناول هذه الحركات في الصحف القومية موضع الدراسة. وقد كانت صحيفة الدستور أكثر الصحف اهتماما

بالحركات المدنية وذلك بنسبة 24% من إجمالي اهتمام الصحيفة بالجمعيات الأهلية، تليها المصري اليوم بنسبة 13.2%، ثم نهضة مصر بنسبة 2.5%.

6- الأطر الإخبارية:

تباينت الأطر الإخبارية التي قدمت من خلالها صحف الدراسة شئون المجتمع المدني، إذ اختلفت الصحف القومية عن الخاصة والحزبية موضع البحث في ترتيب تلك الأطر، ففي حين كانت أطر التنمية (31%) والاهتمامات الإنسانية (15%) والمسئولية (27.5%) هي الأطر السائدة في معالجات الأهرام، تراجع ورود هذه الأطر في المعالجات الصحفية للصحف الخاصة والحزبية موضع البحث حيث تأخر ورود إطار التنمية إلى الترتيب السادس في المصري اليوم بنسبة 5.3%، والترتيب الأخير في الدستور بنسبة 9%، كما تراجع ترتيب إطار الاهتمامات الإنسانية إلى الترتيب الأخير بنسبة 9% في الدستور، وفي المصري اليوم 2,9% وفي نهضة مصر 4,9% وفي الأهالي 2,7%، في حين كان إطار الصراع من أبرز الأطر السائدة في الصحف الخاصة فقد احتل الترتيب الأول في الدستور بنسبة 37,2% والترتيب الثاني في المصري اليوم بنسبة 29%، في حين تراجع إلى ذيل قائمة الأطر التي قدمت من خلالها الأهرام شئون المجتمع المدني ولم تتعد نسبة وروده 6,4%.

- تباينت توجهات الخطابات الصحفية على مستوى الكيف في تناولها شئون المجتمع المدني في إطار المسئولية. فقد ركزت صحيفة الأهرام على إبراز قيام المؤسسات الحكومية والوزارات بمسئولياتها تجاه المواطنين، والتأكيد على جهود الجمعيات الأهلية (غير الحقوقية) في القيام بمسئولياتها المجتمعية والتركيز على التزام القيادات النقابية العمالية بمسئوليتها ورفض العمال الاشتراك في الاعتصامات مع "التيارات والعناصر المندسة"، وقيام اتحاد العمال بمسئوليته في نزع فتيل التوتر. في المقابل ركزت صحيفة الدستور ونهضة مصر ضمن إطار المسئولية على إبراز عدم قيام الوزارات والأجهزة الحكومية بمسئولياتها وتقاعسها عن أداء دورها، وعدم جدية الحكومة في تحسين الأوضاع المالية لبعض الفئات مثل الأطباء. والتركيز على القصور في النقابات العمالية، والهجوم

على التنظيمات النقابية الرسمية بعدم تعبيرها عن مصالح العمال ووجود مساحة تفصل بينها وبين العمال وانشغال النقابيين بصراعاتهم من أجل المناصب التي تدر الأموال على حساب الاهتمام بقضايا العمال .

ومن الملاحظ، اختلاف صحف الدراسة فيما يتعلق بورود إطار الحريات المدنية والحقوق النقابية الذي كان واضحا في الصحف الخاصة (على سبيل المثال بنسبة 21.1% في المصري اليوم) في حين ندر ظهوره في الصحف القومية محل البحث.

ب: رؤى صحف الدراسة للمجتمع المدني في مصر

1- أوضاع منظمات المجتمع المدني بصفة عامة:

تشير النتائج إلى تباين رؤى صحف الدراسة لأوضاع منظمات المجتمع المدني. فقد ربطت الأهرام ضعف تلك المنظمات بمجموعة من العوامل التي يأتي في مقدمتها سيطرة الحكومة عليها خلال النصف الثاني من القرن العشرين من ناحية، ووجود بعض الاختلالات البنيوية في هذه المنظمات من ناحية ثانية، وافتقارها إلى التقاليد الديمقراطية من ناحية ثالثة، بينما أبرزت أخبار اليوم دور المجتمع المدني كشريك ثالث في التنمية واعتبار منظماته الأكثر التصاقا بالقواعد الشعبية والأقدر على تقديم الخدمات العامة بين المجتمعات المهمشة. من جانب آخر اهتمت سائر صحف الدراسة بالقيود التي تواجه المجتمع المدني وتحجيم دوره وتناقض ذلك مع التزامات حقوق الإنسان التي وقعت عليها الحكومة المصرية، هذا فضلا عن ذكر العديد من التحديات التي تواجه العمل الأهلي ومنها: ضعف الوعي المجتمعي، ونقص مساحة المبادرة لدى المواطن، وتأثيرات الفقر، وانخفاض مستوى المعيشة، واعتبار هذه التحديات مفسرا لضعف المشاركة المجتمعية في العمل التطوعي.

وفي النهاية تؤكد الدراسة على استخلاص جوهرى يتعلق بالدور المؤثر الذي تضطلع به ملكية الصحيفة والتيار الفكري الذي تعبر عنه ومن ثم سياستها التحريرية في

تقديم صورة معينة لدور المجتمع المدني في مصر. كما تبرز نتائج الدراسة أثر السياسة التحريرية للصحيفة و التوجه الذي تعبر عنه في اختيار المصادر الصحفية مما يسفر عن توجيه المعالجات الصحفية نحو إبراز سمات معينة لصورة المجتمع المدني واستبعاد سمات أخرى، والتأكيد على موقف معين يتفق والسياسة التحريرية للصحيفة والأهداف التي تبغي تحقيقها وتهميش مواقف أخرى.

فقد كان إطار الحريات المدنية والحقوق النقابية أكثر بروزاً في الصحف الخاصة والحزبية موضع الدراسة، في حين ندر الاهتمام به في الخطاب الصحفي للصحف القومية عينة البحث. وقد ظهر ذلك في اهتمام المصري اليوم بإطار الحريات النقابية والعمالية والتوسع في النشر عن التدخل الحكومي في العمل النقابي وفي الانتخابات النقابية والعمالية وانتقادات منظمة العمل الدولية لمصر في ذلك الشأن، وقد تم تجاهل مثل هذه الموضوعات تماماً في صحيفتي الأهرام وأخبار اليوم.

كما أن الصحف الخاصة التي تتبنى قيماً ديمقراطية ليبرالية أعطت مساحة للنشر وتغطية أخبار المجتمع المدني انطلاقاً من رؤيتها الخاصة لأهمية نشر أفكاره والتعرف على دوره بهدف تنمية هذا الدور. ولذا سعت إلى تناول بعض القضايا الشائكة التي تواجه المجتمع المدني مثل إشكالية التمثيل والتعددية النقابية، وهو ما تم إغفاله عمداً في الصحف القومية محل البحث.

وهكذا، تكشف نتائج الدراسة عن الحاجة لإجراء العديد من الدراسات لزيادة مساحة المعرفة الدقيقة للعديد من الجوانب التي كشفت عنها الدراسة والتي تناولتها بمستويات مختلفة، والتي يأتي في مقدمتها: طبيعة الثقافة التي يرسخها الإعلام بشأن المجتمع المدني، ودور وسائل الاتصال الحديثة كالانترنت وما صاحبه من أشكال جديدة كالمدونات والمواقع الاجتماعية مثل "الفيس بوك" في نشر الثقافة المدنية. هذا فضلاً عن الحاجة إلى التعرف على الصحف والمطبوعات الصادرة عن منظمات المجتمع المدني والمواقع الإلكترونية التي تطلقها تلك المنظمات وحدود الدور الذي تقوم به في التفاعل مع المجتمع وفي التعبير عن قضاياه. كما تبدو الحاجة ماسة لإجراء العديد من البحوث

الميدانية حول مدى انتشار الثقافة المدنية وقيمها بين فئات المجتمع المختلفة، خاصة الشباب وحدود دور الإعلام في نشر وترسيخ تلك الثقافة.

ثالثاً: إشكاليات العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والإعلام

لقد بات المجتمع المدني أحد أدوات التغيير الفعلية والناشطة، بحيث لم يعد يقتصر دوره على تقديم الخدمات التنموية فحسب، لا بل أصبح ناشطاً أساسياً في الدفاع عن الديمقراطية والحريات ومحاربة الفساد بكل أشكاله، والدفاع عن حقوق الإنسان من خلال المراقبة والرصد وتنظيم حملات المدافعة والمناصرة والدعوة للمشاركة في صنع الخيارات التي تؤثر في حياة المواطنين. وبمعنى آخر، فإن مهمة المجتمع المدني هي تمكين المجتمع من أجل الانتقال به من واقع الرعاية إلى المواطنة والمشاركة في بناء المجتمع.

وبذلك، لم يعد كافياً مجرد التحدث وعرض الأهداف والحقوق فحسب، لا بل باتت مسألة التغيير ضرورية يخطر فيها المجتمع المدني بكل مكوناته الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بما فيها وسائل الإعلام. ومما لاشك فيه أن للإعلام دوراً في التوعية والتعبئة والمتابعة والرصد والتنظيم. وفي مراحل التخطيط للحملات الميدانية التي تقوم بها منظمات المجتمع المدني والتي تستهدف التغيير على مختلف مستوياته، يلعب للإعلام دوراً بارزاً، وفق ما يطلق عليه اصطلاحاً "الإستراتيجية الإعلامية الفعالة". وفي هذا السياق، ولكي يتمكن المجتمع المدني من الاستفادة القصوى من الإعلام، لا بد من الإجابة على عدة تساؤلات: كيف ينشأ تحالف بين منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام؟ وكيف يتم التخطيط للحملة الإعلامية وبالتالي التوجه نحو وسائل الإعلام واستثمارها؟ كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تساهم إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني في الحملات كشريك معني في عملية التغيير؟.

ولإقامة علاقة متينة بين وسائل الإعلام والمجتمع المدني يجب أن تراعى المصالح المشتركة لكلا الطرفين. وفي ذلك يجب أن نراعى سعي منظمات المجتمع المدني لتأمين التغطية الإعلامية للنشاطات والتحركات التي تقوم بها، وهو دور اقرب لان يكون

إعلانها فيساهم في الترويج للقضايا التي تعمل عليها وفي توعية الجمهور لها، مستفيدا من التأثير الكبير للإعلام في المجتمع. وأن تنخرط وسائل الإعلام في الحملات، وتبنيها كإحدى قضاياها الأساسية، فتساهم في إثارة الرأي العام وتعبئته، لا بل تساهم في صناعة رأي عام قادر على الاستجابة إلى تحديات التغيير.

وللمساهمة في التقريب بين وسائل الإعلام والإعلاميين ومنظمات المجتمع المدني لا بد من تغيير وجهة الاهتمام لدى الإعلام. فغالبا ما تستقطب الإعلام القصص المثيرة، والوضع الأمني في البلد، أو الوجوه السياسية، وممثلو الحكومات، وأعضاء البرلمان، فيعطونهم الأولوية والاهتمام على حساب الأنشطة التي تنظمها منظمات المجتمع المدني. وبالتالي على هذه الأخيرة أن تراعي قدر الإمكان هذه الحاجة التسويقية وتسعى إلى توفيرها من غير أن يؤثر ذلك على مضمون الرسالة المطلوب إيصالها إلى المواطن.

ولا بد من بناء الثقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني التي تشكك بكفاءات الإعلاميين وعدم اطلاعهم على الملفات بشكل كاف ودراستها بما يمكنهم من التعبير عنها بطريقة جيدة. وبالمقابل، يعتبر الإعلاميون أن منظمات المجتمع المدني لا توليهم الاهتمام الكافي ويتهمونهم بحب الظهور ومحاولة تلميع صورتها وبالوصولية والانحياز إلى جهاتها المانحة، وأن أغلب هذه المنظمات هدفها البحث عن المال فقط. وفي هذا السياق، على وسائل الإعلام والإعلاميين أن يركزوا على مضمون الرسالة ويعملوا على إيصالها إلى المواطنين بأكثر الوسائل المهنية الممكنة بمعزل عن موقفهم من هذه المنظمات. وفي كلتا الحالتين، هناك تواصل مفقود يتطلب جهودا متبادلة من كلا الطرفين، بحيث يعطي الإعلاميون الاهتمام الكافي لممثلي منظمات المجتمع المدني ولأنشطتهم وبرامجهم، في حين تولي منظمات المجتمع المدني اهتماما كافيا بالوسائل الإعلامية وتراعي ظروفها وتحترم التوقيت الملائم في نشر وإيصال الخبر أو المعلومة. والمطلوب في الحالتين التركيز على الرسالة والأهداف الإحداث التغيير المطلوب في المجتمع، وهو هدف مشترك للوسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني.

وغلى الرغم من أن المنظمات الحقوقية قامت وما زالت تقوم بأدوار مهمة في توسيع مساحات الحرية، ومساعدة المجتمع المدني على النهوض، إلا أنها لم تنجح بشكل كاف في أن توصل رسالتها إلى المجتمع، كما أنها لم تراكم خبرة كافية تؤهلها للتعامل الكفء مع الصحافة لثلاثة أسباب كالتالي:

1- لا تهتم منظمات المجتمع المدني بجاذبية مطبوعاتها، ومواقعها الالكترونية، ربما لأنها لا تعتمد على محترفين، وربما لأنها لا تنطلق من أن دورها هو جذب الجمهور لرسالتها وبالأدوات المتعارف عليها، وهو ما يمكن إجماله بأنها تفتقد خبرة التسويق، وربما لا تهتم بها في الأساس.

2- لا تجيد تلك المنظمات بشكل كبير التسويق للقضايا التي تتبناها. والأمثلة كثيرة، منها مثلاً التقارير التي تصدرها هذه المنظمات، فرغم خطورة ما تتضمنه، إلا أن الأمر في الأغلب الأعم يتوقف عند حدود إصدار هذه التقارير.

3- لا تتعامل منظمات المجتمع المدني بكفاءة مع الصحفيين، ربما لأنها لا تتفهم أن هذه المهنة لها متطلبات - بحكم طبيعتها - منها على سبيل المثال أن الفاصل ليس دائماً أهمية الحدث، ولكن جاذبيته. فالعلاقة مع الصحافة والصحفيين، ومع المجتمع كله تحتاج إلى حملات تسويق مبتكرة، وقادرة على الجذب والحشد

رابعا: مقترحات لإيجاد علاقة أكثر إيجابية بين المجتمع المدني والإعلام

لا يمكن غض الطرف عن محاولات قائمة للتنسيق بين مؤسسات مجتمع مدني وشخصيات إعلامية وأخرى ناشطة في المجالين السياسي والحقوقى بدأت تخلق نوعا من العمل الجماعي ذي الأثر الإيجابي، لكنها محاولات لا تزال محكومة بالعلاقات الشخصية أكثر من سيرها نحو المؤسسية، كما لا تزال أنشطتها أقرب إلى ردود الأفعال أو إلى التحرك وفق مستجدات الواقع وليس وفق برامج مدروسة وذلك ما يفسر عدم قدرة تلك المحاولات على التركيز على قضايا محددة والعمل على إنجازها.

وإزاء ذلك تبدو الحاجة ماسة إلى علاقة وثيقة قائمة على المؤسسية بين منظمات المجتمع المدني من جهة وبينها وبين الإعلام من جهة أخرى بما يساهم في نشر ثقافة المجتمع المدني ويحقق معنى الشراكة الحقيقية للمجتمع صاحب السلطة الفعلية وبما يعمل على إزالة الصلة القائمة بين الطرفين على العلاقات الشخصية.

كما نحتاج من أجل ذلك إلى وجود مؤسسات إعلامية حرة تكون هي جزءا من مؤسسات المجتمع المدني. مؤسسات إعلامية حرة تمتلك الإدارة والتنظيم والهيكلية والوسائل والكادر البشري المؤهل. فالإعلام الحر يساعد على تحسين كفاءة منظمات المجتمع المدني، والعكس صحيح أيضا.

ومن خلال وجود تلك العلاقة يستطيع الطرفان تبني برامج تعمل على:

1- النضال من أجل تغيير التشريعات المعيقة لإنشاء منظمات المجتمع المدني ومزاولة أنشطتها والمعيقة كذلك لحرية إصدار الصحف وملكيته وإدارتها وحرية التعبير وتدفق المعلومات وتداولها.

2- النضال من أجل رفع أشكال الرقابة الضمنية على وسائل الإعلام والمطبوعات وعلى منظمات المجتمع المدني بما يضمن ممارستها لمهامها بحرية واستقلال.

3- وضع برامج تدريبية خاصة بالإعلاميين لتمكينهم من أداء دورهم الرقابي تجاه الحكومة والمجتمع المدني في نفس الوقت.

وفي هذا المجال يمكن أن تعمل منظمات المجتمع المدني والإعلام على وضع أولويات لقضايا توجه نحوها بعض أنشطتها - مع تفرد كل منها بأنشطة أخرى - بما يؤدي إلى إنجاز تلك القضايا ومن أمثلة ذلك:

4- تبني أنشطة تضغط في اتجاه إقرار مشروع قانون الحق في الحصول على المعلومات المطروح أمام مجلس الشعب منذ سنوات طويلة.

- 5- تبني أنشطة تضغط في اتجاه تعديل قانون الجمعيات الأهلية (القانون رقم 84 لسنة 2002) بما يزيل القيود المفروضة على إنشاء منظمات المجتمع المدني وممارستها لأنشطتها في عدد من التشريعات.
- 6- تبني أنشطة تضغط في اتجاه تجسيد حقوق الإنسان وفق المعايير الدولية في الاتفاقيات والمعاهدات الدولية من خلال التركيز على حقوق محددة.
- 7- إعداد وتدريب بعض كوادر الجمعيات على إدراك أهمية الإعلام والوعي بكيفية التعامل معه، وتوعية الإعلاميين بطبيعة ومشاكل ودور المجتمع المدني.
- 8- مطالبة الجمعيات الأهلية بالتعامل بقدر من الشفافية والوعي بأهمية نشر أخبارها وانفتاحها على الإعلام والمجتمع.
- 9- تحديد مساحات ثابتة في وسائل الإعلام لأخبار المجتمع المدني والتعريف بدوره.
- ولكن كيف نفعل العلاقة بين الإعلام ومنظمات المجتمع المدني؟، نعتقد أن الأمر يحتاج لعدة خطوات، منها على سبيل المثال لا الحصر:
- دعوة الجمعيات إلى إقامة مراكز إعلامية.
 - تخصيص ساعات إرسال في الراديو والتلفزيون.
 - تخصيص صفحة في الجرائد اليومية.
 - تخصيص حملات إعلانية مدفوعة الأجر عن النشاط الأهلي.
 - إنشاء جهاز في وزارة التضامن الاجتماعي لتوفير المعلومات عن الجمعيات والتعريف بأنشطتها.
 - وجود منسق إعلامي داخل كل جمعية.
- وأخيراً يبقى أن هناك دوراً لتلك لجمعيات عليها أن تقوم به للتواصل مع الإعلام أهمه على الإطلاق هو:
- توفير بيانات صحيحة من خلال الشفافية عن أنشطة الجمعية.

- عقد ندوات ودعوة أجهزة الإعلام للتعريف بأنشطة الجمعيات.
- عقد دورات تدريبية للإعلاميين من كافة الوسائل (صحافة مطبوعة - إذاعة - تلفزيون - صحافة إلكترونية) لتدريب هؤلاء الإعلاميين على كيفية التعامل مع القضايا التي تتبناها منظمات المجتمع المدني وخاصة المنظمات الحقوقية.

الفصل السادس

مدى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع

الفصل السادس

مدى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع

تبقى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع السعودي، من أخطر المشكلات الموجودة في المجتمع، وذلك من خلال الإعلانات وما يوجه من هذا الجهاز السحري وأكثرها تأثيراً على أطفالنا في سلوكياتهم وغذائهم. بل وموهم وخصوصاً عندما نشاهد اختيار عرض هذه الإعلانات التي تتناسب مع وقت تواجدهم أمام التلفزيون. مثال صباح نهاية الأسبوع أو يومياً بعد العصر، ولذلك يجب أن يخضع الإعلان للرقابة بكل أوجهها الصحية والنفسية والاجتماعية.

في ضوء هذا يمكن أن يعرض الأهمية الموجودة من خلال دراسة هذا البحث وهي كما يلي:

1. إلقاء الضوء على الإعلانات وأهميتها ومدى تأثيرها على الفئات العمرية في المجتمع.
 2. قد تفيد نتائج البحث في وضع حلول وتوصيات واقعية تساعد على التصدي لمشكلة الإعلانات وتأثيرها السلبي على الفئات العمرية في المجتمع.
 3. تزويد المكتبة العربية بنوعية متميزة من الأبحاث. مع العلم أن موضوع البحث من الموضوعات التي لا يتوافر لها عدد كبير من المراجع، إلا أنه في الفترة الأخيرة فقد قام العديد من الدارسين والباحثين في تناول هذا الموضوع.
- الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو الكشف عن مدى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع. والكشف عن الفروق في دور المجتمع في التصدي لكل ما هو سلبي من نوعية الإعلانات وكذلك الفروق في دور المجتمع في مساعدة أبنائه على عدم التأثر بالإعلانات السلبية والتي تذهب ورائها العديد من الفئات العمرية في المجتمع.
- لقد اقتضت طبيعة الدراسة، وما أحاط بها من عوامل مؤثرة، كالوقت المتوفر، وإمكانيات التواصل مع المختصين في هذا المجال، ومتطلبات وموضوعات البحث،

وتقتضي هذه الدراسة على وجود مناهج للبحث العلمي يعتبر المنهج الوصفي من المناهج المعتمدة في الدراسات التي تتعلق بموضوع مثل موضوعنا هذا، وذلك لما يتم من وصف لتلك الظاهرة والعمل على تداركها من خلال وصف العديد من الأمور المتعلقة بها، حيث تعد مهمة هذا المنهج تقديم وصف شامل، وعام، للظاهرة موضوع البحث، وذلك من خلال جمع كافة المعلومات، والموضوعات، التي تخص موضوع البحث؛ من خلال المصادر الوثائقية التي يتم جمعها من خلال البحث المكتبي. وقد ظهرت الحاجة لهذا المنهج بشكل واضح في كافة المباحث داخل هذا البحث، وأقوم بوصف مدى تأثير الإعلانات على الفئات العمرية في المجتمع، وأيضاً يتم المنهج التحليلي من خلال الدراسة.

المبحث الأول

الإعلانات مفاهيم وأنواع وخصائص

مفهوم الإعلان:

الإعلان: هو أحد الأنشطة الإعلامية التي لا غنى عنها للأنشطة الاقتصادية من صناعة وتجارة و خدمات وغيرها من الأنشطة الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمؤسسات والمنظمات الخيرية الغير ربحية والتي بدون الإعلان عن مجهوداتها فلن تحصل على الدعم المجتمعي والتمويل المادي اللازم لاستمرارها في عملها وأدائها لرسالتها⁽¹⁾. والإعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل إليه، فمع التطور الكبير الذي أحدثته الحواسيب الآلية في عالمنا اليوم، انعكس ذلك بدوره على عالم الدعاية والإعلان فأصبح تصميم الإعلانات وإخراجها به من التطور والجاذبية الشيء الكثير. وليست صناعة الإعلانات من الفنون المستحدثة وإنما هي قديمة قدم التاريخ، فقد بدأ الإعلان على أشكال تطورت بمرور القرون حتى أصبح فن الإعلان كما نعرفه الآن.

المطلب الأول: أنواع الإعلان وفقاً لتصنيف الوظائف التسويقية للإعلان:

1. الإعلان التعليمي: وهو نوع يتعلق بتسويق السلع الجديدة التي لم يسبق لها وجود في السوق من قبل وظيفة هذا النوع وهو إعلام الجمهور عن خصائص السلع الجديدة.
2. الإعلان الإرشادي أو الإخباري: وهو نوع يتعلق بالسلع أو الخدمات أو الأفكار المعروفة للجمهور والتي لا يعرف الناس عنها الحقائق الكثيرة ،

(1) لمزيد من هذه التعريفات انظر: الإعلان والترويج.

وظيفة هذا النوع أخبار الجمهور بالمعلومات التي تيسر له الحصول على السلع بأقل جهد وبأقصر وقت⁽¹⁾.

3. الإعلان لتذكيري: هو نوع يتعلق بسلع أو أفكار معروفة طبائعها وخصائصها للجمهور ، وظيفة هذا النوع هو التذكير ويحارب النسيان.

4. الإعلان الإعلاني: يعمل هذا النوع على تقوية صناعة او نوع معين من السلع والخدمات وذلك بتقديم بيانات للجمهور تؤدي عملية نشرها إلى توثيق الصلة بين المستهلك والمنتج، ووظيفة هذا النوع: بعث الثقة في نفوس المستهلكين وهو أسلوب من أساليب العلاقات العامة.

5. الإعلان التنافسي: يعمل هذا النوع في الوقت الذي يوجد فيه مجموعة سلع متنافسة وكذلك السلع الجديدة التي تريد المنافسة في السوق لكن هذا النوع يحتاج أن يكون التنافس بين السلع والخدمات متكافئة في النوع ومتساوية مع بعضها من حيث الخصائص والاستعمال والتمن⁽²⁾.

المطلب الثاني: أنواع الإعلان حسب منافذ التوزيع:

1. الإعلان الأهلي أو العام: هو نوع موضوعه سلع أو خدمات توزع على مستوى الدولة بشكل عام ، وهذا النوع يستخدم الوسائل الإعلانية (الجرائد اليومية العامة _ المجلات الأسبوعية _ الإذاعة _ التلفزيون).

2. الإعلان المحلي (التجزئة): هو نوع يتعلق بالسلع الإنتاجية التي تباع إلى منتجين آخرين لاستخدامها في أغراض إنتاجية ، حيث يستطيع المعلن الوصول بشكل مباشر إلى عملاءه بالوسائل التي يريدها (البريد المباشر _ المجلات الفنية) وهنا

(1) انظر: مفهوم الإعلانات ونماذجها، مقدمة تاريخية وتعريفات موجزة، د. برهان شاوي، منشور في www.shiralart.com/shiralart/iraqiwriter/member_articles/story_poem_m209.htm
(2) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ/ 1985م، ص42.

تكون الرسائل تحتوي على جميع المعلومات الفنية التي يهتم بمعرفتها رجال الصناعة الموجهة إليهم الإعلانات⁽¹⁾.

3. الإعلان التجاري: هو نوع يتعلق بالسلع التي تباع إلى المشتريين الذين يكون هدف شرائهم هو البيع مرة أخرى بواسطتهم بغرض المتاجرة، هذا النوع يستخدم (البريد المباشر - المجلات المتخصصة)

4. الإعلان المهني: هذه الإعلانات تكون موجهة لأصحاب المهنة الواحدة حيث يقدم لهم معلومات عن السلع التي يستخدمونها ، مثال ذلك (الأطباء - رجال الأعمال - الصناع - الفئات الخاصة) أما عن الوسائل المستخدمة (البريد - البوستر - الهدايا الصغيرة - المجلات الفنية)⁽²⁾.

المطلب الثالث: أنواع الوسائل الإعلانية:

- الوسائل المقروءة والمكتوبة: صحف، مجلات، هاتف جوال
- الوسائل المسموعة والمرئية: الإذاعة، التلفزيون، السينما.
- الإنترنت: يمكن أن يجمع بين النوعين.

أولاً: الجرائد:

1- المزايا:

- إمكانية التركيز على أسواق ومناطق جغرافية معينة.
- إمكانية تغيير مضمون الرسالة الإعلانية بسرعة.
- الانخفاض النسبي للتكلفة.
- مفيدة لكل من المنتجين ومنافذ التوزيع.

(1) دور الإعلان التجاري في توزيع منتجات الصناعة السعودية: دراسة ميدانية، إدارة البحوث والدراسات الاقتصادية، الرياض: مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية، 1997م، ص27.

(2) انظر، بناء المهارات التسويقية، عبد السلام محمود أبو قحف، الرياض: دار الكتاب الحديث، الطبعة الثانية، 1999م، ص57.

- درجة المصداقية العالية للجريدة.
- الإعلان الصحفي مكتوب ومحسوس ويمكن الاحتفاظ به والرجوع إليه أكثر من مرة.

- غالبية القراء مثقفين.
 - شمولية المضمون مما يساعد في الوصول إلى نوعيات متعددة من القراء⁽¹⁾.
- 2- العيوب:

- التكلفة مرتفعة بالنسبة للمعلنين المحليين.
- قصر عمر دور حياة الرسالة الإعلانية.
- جزء من التغطية الجغرافية ضائع لوصوله إلى مستهلكين غير مستهدفين.
- مستوى طباعة الجرائد نصف عامة لا يسمح باتقان طباعة الصور واستخدام الألوان.

- كثرة الإعلانات المنشورة ومنافستها لبعضها البعض.
 - محدودية المواقع المتميزة في الجريدة وصعوبة اختيار الموقع أحياناً.
- ثانياً: المجلات:

1- المزايا:

- انتقائية إلى درجة كبيرة.
- سهولة قياس فاعلية الإعلانات المنشورة بها.
- ارتفاع مستوى الطباعة والورق مما يتيح تقديم الإعلان بمستوى طباعي متميز.
- دورة حياة الإعلان أطول من الجرائد والتلفزيون والإذاعة (أسبوع أو شهر).
- المجلات المتخصصة والنوعية تصل إلى جمهور معين وقطاعات محددة.
- ازدياد إمكانية رؤية الإعلان وملاحظته.

(1) انظر: مفهوم الإعلانات ونماذجها، مقدمة تاريخية وتعريفات موجزة، د. برهان شاوي، منشور في www.shiralart.com/shiralart/iraqiwriter/member_articles/story_poem_m209.htm

- ازدياد عدد قراء النسخة الواحدة وزيادة تداولها بين القراء⁽¹⁾.

2- العيوب:

- ذات توزيع علي المستوي الوطني لا يلاءم المعلن المحلي.
- احتمال تقادم الرسالة الإعلانية بها.
- الارتفاع النسبي لتكلفة الإعلان بها.
- صعوبة حجز المساحات الإعلانية بها - خاصة في المواقع الممتازة- لضغط الوقت ومحدودية هذه المواقع.
- معدل وصول الرسالة الإعلانية المنشورة بها أبطأ من الجرائد والتلفزيون والإذاعة.

ثالثاً: التلفزيون:

1- المزايا:

- يجمع بين الصورة والصوت والحركة ويضفي الحيوية علي الرسالة الإعلانية.
- يتيح رؤية السلعة والعبوة في شكلها المادي ويركز علي التفاصيل البصرية.
- عالي المصداقية والرسالة الإعلانية مباشرة وسريعة وانية.
- التأثير العالي للرسالة الإعلانية.
- يصل إلي إعداد كبيرة جدا من المشاهدين.
- التعريف الجيد بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها.
- ينقل الرسالة الإعلانية للأسرة كوحدة.
- وسيلة إعلامية ذات شعبية وانتشار واسع وتغطية شاملة.
- المرونة نسبية⁽²⁾.

(1) انظر، بناء المهارات التسويقية، عبد السلام محمود أبو قحف، الرياض: دار الكتاب الحديث، الطبعة الثانية، 1999م، ص69.

(2) انظر: مفهوم الإعلانات ونماذجها، مقدمة تاريخية وتعريفات موجزة، د. برهان شاوي، منشور في www.shiralart.com/shiralart/iraqiwriter/member_articles/story_poem_m209.htm

2-العيوب:

- محدودية الوقت المتاح للإعلان.
- عدم إمكانية الرجوع إلى الرسالة الإعلانية المعروضة مرة أخرى (بعكس الصحف).
- ارتفاع التكلفة.
- جزء كبير من التغطية ضائع (يصل الى جمهور غير مستهدف).
- تكلفة الإنتاج الإعلاني كبيرة.
- لا يناسب صغار المعلنين.
- كثرة الإعلانات وطول الفترة الإعلانية.
- الانطباع والتأثير الإعلاني مؤقت.

رابعاً: الراديو:

1- المزايا:

- تغطية جغرافي واسعة وشاملة.
- إمكانية الوصول إلى أسواق ومناطق جغرافية معينة.
- سهولة تغيير الرسالة الإعلانية مما يحقق المرونة العالية للمعلن.
- الانخفاض النسبي للتكلفة.
- يسمح بتكرار الإعلان بمعدل كبير.
- يخاطب الأمين.
- تعدد المحطات الإذاعية.

2- العيوب:

- محدودية الوقت.
- عدم ثبات الرسالة بمعنى عدم إمكانية الرجوع إليها (بعكس الصحف).
- الاعتماد علي حاسة السمع فقط دون الرؤية.

■ جزء كبير من التغطية ضائع⁽¹⁾.

خامساً: الهاتف الجوال:

1- المزايا:

- يحقق أقصى انتقائية ممكنة للجمهور.
- يتيح أن تكون الرسالة الإعلانية شخصية جداً.
- لا يتنافس مع الوسائل الإعلانية الأخرى وإنما يكملها.
- الرسالة الإعلانية بكل تفاصيلها تحت يد المستهلك ومتاحة له في أي وقت.

2- العيوب:

- احتمال ارتفاع التكلفة خاصة في حالة الرغبة في الوصول إلى عدد كبير نسبياً من المستهلكين.

■ الصورة الذهنية له أقل من الوسائل الأخرى.

■ صعوبة الحصول على قوائم صحيحة ومتكاملة ومتجددة عن غالبية أفراد

الجمهور المستهدف.

■ عدم اهتمام بعض المستهلكين بما يصل إليهم من إعلانات بالهاتف المحمول

(1) انظر: مفهوم الإعلانات ونماذجها، مقدمة تاريخية وتعريفات موجزة، د. برهان شاوي، منشور في www.shiralart.com/shiralart/iraqiwriter/member_articles/story_poem_m209.htm

المبحث الثاني أثر الدعاية والإعلان على المستهلك

لا يخفى على أحد أهمية الدعاية والإعلان في عصرنا هذا بالنسبة لترويج البضائع، بل وحتى الأفكار. فمع وجود أشكال عديدة لسلع متشابهة تزداد المنافسة بين الاقتصاديين لترويج بضائعهم والتأثير على المستهلك لدفعه لاختيار سلعة ما وشرائها. والإعلان يقوم بمهمة اقتصادية تزداد أهميتها يوماً بعد يوم، مما يجعلها تتبوء اهتماماً متزايداً من الاقتصاديين وأصحاب المصالح، مما دفع المهتمين لتمويل دراسات بحثية تهدف إلى دراسة أفضل الطرق التي تؤثر على المستهلك وتدفعه لاختيار سلعة ما دون غيرها رغم وجود خيارات واسعة أمامه.

هذه الدراسات جعلت من الإعلان صناعة اقتصادية اجتماعية نفسية إذا صح التعبير، ليس هدفها فقط بيان محاسن السلعة وفائدتها للمستهلك وإنما هدفها الأساسي هو البحث عن الطرق المؤثرة على المستهلك ونفسيته والتي تدفعه لاستهلاك سلعة معينة بغض النظر عن كونها الأفضل بين السلع الموجودة أمامه في السوق⁽¹⁾.

هذه الدراسات خرجت بنتائج هامة، استخدمها القائمون على صناعة الدعاية والإعلان لتحقيق غاية تسويق السلع، ولكنها بنفس الوقت تركت آثاراً عديدة على المجتمع وأفراده وسلوكياتهم، وأحدثت تغيرات مهمة في نظرة المستهلك إلى حاجة الاستهلاك، وفي نظره إلى طريقة اختياره لسلعة ما، فلم يعد الأمر مجرد شراء لسلعة تقوم بوظيفة إشباع حاجة ما، وإنما تحول السلوك الاستهلاكي إلى موضة أحياناً، و”برستيج” اجتماعي أحياناً أخرى، ومسميات أخرى كثيرة غيرها.

(1) انظر، بناء المهارات التسويقية، عبد السلام محمود أبو قحف، الرياض: دار الكتاب الحديث، الطبعة الثانية، 1999م، ص111.

هذا الجانب، وهو تأثير الدعاية والإعلان على المستهلك، هو ما أود دراسته في هذا البحث. في محاولة لتسليط الضوء على حالة اجتماعية نرى آثارها تزداد وضوحاً يوماً بعد يوم محدثة تغيرات اجتماعية كثيرة أثرت على كثير من عاداتنا وأنماط حياتنا⁽¹⁾.
المطلب الأول: مفهوم الدعاية والإعلان:

هناك تعريفات كثيرة قدمها الباحثون لمصطلح الدعاية والإعلان فقد عرّف بعضهم الإعلان بأنه: " مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى الاتصال والمخاطبة الشفهية أو المرئية لمجموعة مستهدفه من الأفراد بغرض إخبارهم والتأثير عليهم لشراء سلعة أو خدمة، أو تغيير اتجاهاتهم، وذلك نظير أجر مدفوع لجهة إعلانية محددة".
وجاء في دائرة المعارف الفرنسية بأن الإعلان هو: "مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية وإقناعه بامتياز منتجاتها والإيعاز إليه بطريقة ما بحاجته إليها"⁽²⁾.

وقد عرّفه بعضهم فقال إن الإعلان هو: "الوسيلة المدفوعة لخلق حالة من الرضا النفسي في الجماهير لغرض بيع أو المساعدة في بيع سلعة أو خدمة معينة أو كسب موافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيهه وجهة بذاتها".
وفي تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق: "الإعلان هو مختلف الأنشطة التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع أو خدمات، أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أشخاص أو منشآت معلن عنها".
وقد أورد بعضهم ما أسماه التعريف الشامل للإعلان فقال: "الإعلان نشاط للاتصال اللاشخصي، التفاعلي واللاتفاعلي، يمارس لحساب معلن معين مقابل ثمن

(1) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ/ 1985م، ص 89.
(2) دور الإعلان التجاري في توزيع منتجات الصناعة السعودية: دراسة ميدانية، إدارة البحوث والدراسات الاقتصادية، الرياض: مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية، 1997م، ص 45.

معلوم، لأجل نقل رسالة عبر وسائط اتصال مختارة إلى جمهور مستهدف، بهدف استثارة فعل معين، يحقق منفعة للمعلن".

ومن خلال التعريفات السابقة نرى أن الإعلان هو نشاط يهدف إلى التأثير على المستهلك أو (الجمهور) لحثه على شراء منتج أو طلب خدمة أو تقبل فكرة، اعتماداً على معرفة بنفسية هذا المستهلك وعقليته وطرق التأثير عليه لإقناعه (أو بالأحرى لدفعه بوعي أو بدون وعي) للقيام بسلوك استهلاكي معين أو لقبول فكرة معينة. والغاية بالطبع هي فائدة صاحب السلعة أو الخدمة أو الفكرة، الذي يدفع لمؤسسة تقوم هي بتقديم فكرة الإعلان والترويج له بغض النظر عن قناعتها بفائدة هذه السلعة أو ضرورة هذه الخدمة أو صوابية هذه الفكرة أو خطأها، فالمهم عند هذه المؤسسة هو المبلغ الذي يدفعه صاحب السلعة أو الخدمة أو الفكرة. وكذلك فإن المعلن يقدم هذا المال لهذه المؤسسة ليحقق غايته التي يسعى إليها وهي التأثير على المستهلك لحثه على تصرف ما يحقق له الفائدة سواء المادية أم المعنوية.

وقد حدث خلط بين مفهوم الدعاية ومفهوم الإعلان، فإذا كنا عرفنا الإعلان بما سبق، فإن الدعاية لها مفهوم أوسع حيث يقصد بها: "النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة (تفكير) الجمهور، سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدأ معين، أو من أجل صرفه عن فكرة أو مبدأ يؤمن بها، ولها وسائل متعددة منها: الإعلان، الإعلام، الخطب والأحاديث والمناقشات، تنظيم الاجتماعات، عقد المؤتمرات والندوات، تأليف الكتب والقصص، ترويج الإشاعات..... الخ" (1).

أو: "هي محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم وذلك في مجتمع معين ولهدف معين أو هي الجهود التي تبذل لتغيير معتقدات الناس واتجاهاتهم وآرائهم باستعمال وسائل النشر المختلفة".

(1) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ/ 1985م، ص112.

ولو أردنا البحث في تاريخ الدعاية والإعلان لعدنا إلى تاريخ البشرية نفسه، فمنذ أن أخذ الإنسان يعبر عن نفسه بأساليب مختلفة كالكلمات والكتابة والرموز، وهو يبحث بشتى الوسائل من أجل الوصول لهدفه المبتغى، وذلك من خلال الإيهام والمبالغة وتحريف الحقائق وإعادة صياغة الأخبار.

إلا أن الاستخدام المعاصر لمصطلح الدعاية جرى بأميركا وبريطانيا في بدايات القرن العشرين وبالتحديد في الحرب العالمية الأولى، حينما دعا الرئيس الأمريكي ويلسون لجنة دعائية ساهم في عضويتها كبار المفكرين والمنظرين الأكاديميين أمثال جون ديوي، فالتر ليمان، أدورد بيرنايس، كذلك حينما تأسست في بريطانيا وزارة للدعاية التي أخذت على عاتقها مهمة تحريض الشعب الأمريكي ضد الألمان. ونجحت في ذلك نجاحاً عظيماً. وظهرت فيما بعد الدراسات والأبحاث التي درست هذا المفهوم من جوانبه كافة⁽¹⁾.

ومن أهم وسائل الدعاية والإعلان النشرات والكتيبات والبروشورات التي توزع على المستهلكين. والصحف والمجلات التي تخصص صفحات كاملة للإعلانات. والملصقات واللافتات التي يخصص لها أماكن بالميادين والشوارع. وهناك نوافذ العرض الخاصة لعرض المنتج. بالإضافة طبعاً إلى الإذاعة والتلفزيون والسينما.

هذه الوسائل تعتمد في تقديمها للمنتج بمجملها على الدراسات النفسية التي يُعرف منها إلى أحسن الطرق للتأثير على آراء الناس وتغيير اتجاهاتهم الاستهلاكية. وكما يقول الاقتصاديون فإن الإعلان هو التحكم في السلوك بهدف إثارة دوافع المستهلك للشراء⁽²⁾. ويمكن أن نضرب بعض الأمثلة المؤثرة على المستهلك بما يلي:

(1) انظر، بناء المهارات التسويقية، عبد السلام محمود أبو قحف، الرياض: دار الكتاب الحديث، الطبعة الثانية، 1999م، ص125.
(2) تأثير الإعلان التجاري التلفزيوني على المجتمع السعودي: دراسة ميدانية في المنطقة الشرقية، عبد الرحمن بن عثمان الصغير، مبارك بن عبد العزيز الرباح، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، بدون تاريخ، ص62.

1- إعطاء الإعلان صبغة علمية أكاديمية، وذلك باستعمال بعض الألفاظ الطبية أو المصطلحات الكيميائية. (وهذا ما نراه في كثير من الإعلانات الخاصة بمعاجين الأسنان مثلاً، بل إن الدواء الذي كنا نُحذّر دائماً من استعماله دون وصفة طبية أصبح له إعلان خاص أيضاً.

2- استغلال بعض الخدع السينمائية في التصوير لإبهار المستهلك بنتائج استعمال السلعة، (مثل إعلانات زيوت الشعر مثلاً أو الشامبوهات أو منتجات القوة.

3- محاولة إشعار المستهلك أن ما لديه من سلع وبضائع أصبح غير صالح أو لم يعد مواكباً للتقدم. (كثير من الإعلانات توازن بين منتج قديم وآخر جديد أكثر مفعولاً أو أقوى تأثيراً، أو حتى بعبوة أجمل! وكأن مفعول المنتج يتغير بتغير عبوته. ومن أسوأ الإعلانات التي تظهر على أحد المحطات الفضائية إعلان يوازن بين إحضار الأم إلى المكتب أو إحضار شوربتها!، فالأم بحنانها واهتمامها ورعايتها وإنسانيتها أختصرت الحاجة إليها بالحاجة إلى شوربتها، وبالطبع فإن منتج الشوربة المصنّع أفضل من الماما كلها⁽¹⁾.

4- استخدام الخدع اللفظية التي تشد انتباه المستهلك. (كسؤال المتلقي هل جربت كذا؟ أو هل عانيت من كذا؟ أو هل سمعت عن كذا؟.

5- ربط استخدام السلعة بإثارة غرائزية لدى المشاهد كلقطات مثيرة أو ألفاظ مثيرة حتى، وهذا ما يبرر ظهور النساء الجميلات بشكل شبه دائم لتمثيل الإعلانات.

وبانتشار وسائل الدعاية والإعلان المختلفة والتقدم التكنولوجي الحديث الهائل في مجالات التصوير السينمائي والتلفزيوني، وفي الطباعة والكمبيوتر والانترنت وغيرها من هذه الوسائل والتقنيات، أصبحت الإعلانات قوة هائلة وصناعة مؤثرة تأثيراً كبيراً على

(1) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ/ 1985م، ص 131.

سلوك المستهلك، وتزايدت أهميتها وتتزايد يوماً بعد يوم، مما جعل الشركات والأفراد ينتبهون لخطورتها ويصرفون وقتهم وجهدهم ومالهم للاستفادة منها بأقصى صورة ممكنة⁽¹⁾.
المطلب الثاني: الأثر الاجتماعي للدعاية والإعلان:

يقول الباحثون إن المجموعات المختلفة التي ينتمي إليها الأفراد سيكون لها عادات اجتماعية تفرض ما هو مقبول وما هو مفروض على الأفراد. وتعتبر الطريقة التي ينظر بها الفرد إلى دوره داخل الجماعة التي ينتمي إليها عاملاً مهماً في شرح دوافعه واختياراته، ويجب على الإنسان ألا يشعر بالفردية ولكن يجب أن يؤقلم نفسه مع المجموعة، وفي هذه الحالة يحاول أن يشكل عاداته وحاجاته وفقاً لظروف الجماعة التي ينتمي إليها. وبنفس الوقت فإن الأفراد هم الذين يغيرون عادات المجتمع، فإذا تبنت فئة من الناس عادة ما، تبعها آخرون وهكذا حتى تصبح العادة منتشرة في كل المجتمع. ولهذا صرنا نجد أن العادات الاستهلاكية في المجتمع قد تغيرت بصورة كبيرة وذلك بسبب تغير العادات الفردية فالعلاقة بين الفرد والمجتمع علاقة تبادلية فهو يتأثر ويؤثر، بالتالي فإن تأثيره بالدعاية والإعلان ينعكس على المجتمع ككل.

إن الملاحظ للمجتمع يجد أن هناك ما يمكن تسميته بـ "سعار استهلاكي" جماعي، فقد انتشرت في المجتمع عادات استهلاكية عديدة، منها مثلاً سعي الأسر لامتلاك كافة الأدوات المنزلية المتطورة حتى لو كانت لا تملك ثمنها بعد أن انتشرت في المجتمع عادة الشراء بالتقسيط، ونجد اليوم أن كل أسرة ضعيفة الدخل أو متوسطة الدخل تُراكم على عاتقها أقساطاً كثيرة بسبب شرائها لأشياء ضرورية وغير ضرورية تحت تأثير دعاية البيع بالتقسيط⁽²⁾.

(1) دور الإعلان التجاري في توزيع منتجات الصناعة السعودية: دراسة ميدانية، إدارة البحوث والدراسات الاقتصادية، الرياض: مجلس الغرف التجارية الصناعية السعودية، 1997م، ص 68.

(2) انظر، بناء المهارات التسويقية، عبد السلام محمود أبو قحف، الرياض: دار الكتاب الحديث، الطبعة الثانية، 1999م، ص 165.

وكذلك سعي الناس لشراء السيارات وامتلاكها، والتي أصبحت للأسف دلالة على مكانة الفرد في المجتمع، وصرنا نجد أن بعض الأفراد يسعون لامتلاك سيارة بأي شكل من الأشكال حتى لو اضطروا لسحب القروض من البنوك أو الاستدانة، وذلك تحت تأثير الدعاية والإعلان الذي يصور ركوب السيارة وامتلاكها دلالة على المكانة والرفاهية المطلقة، وفي بلد كبلدنا يفتقر إلى شوارع واسعة صرنا نعاني من التلوث ومن الازدحام ومن الضجيج المزعج الذي سببه هذا الكم المبالغ فيه من السيارات المستعملة والتي يقف أحدها فاعراً فاه دهشة وهو يفكر كيف يشكو الناس من الفقر وكثير منهم يركبون السيارات التي تكلفهم مبالغ هم بحاجة إليها أصلاً⁽¹⁾.

وما يقال عن السيارات يقال عن الموبايل مثلاً، والذي صار يستخدم لا بهدف تلبية حاجة الاتصال الضروري، ولكن صار آلة تصوير وآلة تسجيل وأداة لتمضية الوقت وإزعاج الناس، وكل هذا بسبب تأثير الأفراد بالدعايات المختلفة التي تحرّض الفرد على استخدام هذا الجهاز بطرق مختلفة عما صنع من أجلها أساساً.

إن هذه العادات الاستهلاكية دخلت في صميم حياتنا الاجتماعية، وصار الناس يحسبون حساباً لما سيقال عنهم إذا هم قصّروا ولم يسرفوا في إنفاق مالهم وشراء المنتجات المتنوعة في مناسباتهم المختلفة بصورة مبالغ فيها، كما في الأعراس والحفلات والمناسبات التي تتطلب شراء الهدايا. بل وحتى في الجنائز فإن مظاهر الإسراف باتت تدل على مكانة المتوفي وأهميته بين الناس، وكأن صرف المال على الجنازة سيكون من دواعي دخوله الجنة⁽²⁾.

(1) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ/ 1985م، ص152.
(2) التلفزيون والمجتمع: الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات، جون كورنر؛ تر: أديب خضور، دمشق: دار الكتاب العربي، الطبعة الرابعة، 2002م، ص66.

الأمر إذاً، هو تأثير اجتماعي كبير بما يثبت في وسائل الاتصال المختلفة من إعلانات ودعايات تجارية. هذا فضلاً عن الأفكار التي دخلت إلى مجتمعاتنا وغيّرت من خصائص هذه المجتمعات ومقوماتها، فالرسائل الخفية التي تبثها الإعلانات التجارية لا تهدف فقط للترويج للسلعة وإنما هي في أحيان كثيرة تهدف إلى الترويج لأفكار جديدة وعادات جديدة تتسلل إلى المجتمع دون شعور أو انتباه من أفرادها.

ولتوضيح هذه النقطة، ننظر مثلاً إلى الإعلانات التجارية التي تروج لمنتجات عديدة والتي تقوم غالباً بتمثيلها نساء بمواصفات معينة، فالمرأة في الإعلان التجاري غالباً ذات قوام ممشوق، وطول فارع ولطافة غريبة، وفي هذا بث لرسالة خفية ترسخ مفهوم محدد للجمال الأنثوي، فالمرأة الجميلة هي التي تشبه فتيات الإعلان، والبيت الجميل هو البيت الذي يشبه ذاك الذي يظهر في الإعلان..... الخ وفي هذا كما لا يخفى، رسائل اجتماعية تغيّر كثيراً من نظرة الأفراد في المجتمع لمفاهيم الجمال والقيمة الإنسانية والفنية والتربوية مما ينعكس بمجمله على عاداتنا وتقاليدها وحياتنا بشكل عام⁽¹⁾.

المطلب الثالث: الأثر الاقتصادي والسياسي للدعاية والإعلان:

كما أن الدعاية والإعلان لها أثر نفسي وآخر اجتماعي فإنها تؤثر في اقتصاديات الدول. وتعتبر الدخول التي تأتي عن طريق الدعاية والإعلان من أهم الدخول التي تعتمد عليها وسائل الاتصال المختلفة في الدولة كالتلفزيون والإذاعة والصحف، سواء منها العامة أم الخاصة. ويكفي لتأكيد هذه الأهمية الاقتصادية أن نذكر إحصائية وزارة التجارة الأمريكية التي قدرت عائدات التجارة الإلكترونية التي تعتمد على الترويج الرقمي بـ 30% من الدخل القومي⁽²⁾.

(1) انظر: العولمة، صالح الرقب، جدة: دار الهدى، ط 1، 1423هـ / 2003م، ص 114.

(2) الإعلان، احمد محمد المصري، القاهرة: مؤسسة شباب الجامعة، الطبعة الأولى، 1405هـ / 1985م، ص 42.

وبالمقابل فإن النمط الاستهلاكي غير الواعي للأفراد يكلف الدول مبالغ طائلة تذهب هدرًا لإشباع حاجات غير ضرورية بسبب تأثر الأفراد بالدعاية والإعلان، ففي الولايات المتحدة التي يطلق عليها اسم أرض البدانة (60% من الأميركيين مصابون بزيادة الوزن) أصبحت البدانة السبب الرئيسي للوفيات بالتساوي مع التدخين كنتيجة مباشرة لانتشار هذه الثقافة الغذائية السيئة (ينفق الأميركيون ما قيمته 110 مليار دولار على الوجبات السريعة في حين كانت 3 مليارات دولار عام 1972) "هذه الثقافة الاستهلاكية المتأثرة بالدرجة الأولى بالإعلانات التجارية التي تصور هذه الأطعمة بطريقة تؤثر على المستهلك وتدفعه لاعتمادها رغم خطورتها.

وللأسف فإننا ننساق للتقليد حتى رغم معرفتنا بخطورة ومضار هذه المنتجات، فقط بسبب استلابنا اللاواعي، وتأثرنا بالإعلانات التجارية.

وفي بعض الدول يتم إنفاق أموال طائلة على العطور ومستحضرات التجميل وكرهات البشرة والمشروبات والأطعمة السريعة تكفي للقضاء على الفقر في دول العالم الثالث.

وقد درس الباحثون أهمية الدعاية والإعلان في السيطرة على وسائل الاتصال واستخدامها بطرق تضمن مصالح معينة للحكومات والدول، تمكنها من القيام بسياسة مرسومة مع الأفراد مما أثر على حرية الصحافة والإعلام، ففي أمريكا مثلاً وصف أحدهم الإعلام بأن وظيفته داخلياً هو ترويض المتلقي وكبت مشاعره المعرضة وتدجين العبودية وتجميلها بحيث تصبح مقبولة، وفي الخارج تصنع عدواً لها، وتهيئ الناس وتوجه مشاعر الخوف لدى الجمهور المتلقي بحيث يتفق مع أي إجراء تتخذه السلطة فيما بعد⁽¹⁾.

يقول ألكسندر بانارين في كتابه الإغواء بالعملة متحدثاً عن السيطرة الإعلامية التي استخدمت الإعلان والترويج للأفكار الغربية والأمريكية منها خاصة من أجل السيطرة

(1) التليفزيون والمجتمع: الخصائص، التأثير، النوعية، الإعلانات، جون كورنر؛ تر: أديب خضور، دمشق: دار الكتاب العربي، الطبعة الرابعة، 2002م، ص 87.

على الشعوب والدول الأخرى: "لقد دلت التجربة على أن العالم العولمي ليس عالماً مترابطاً كما يؤكد لنا الليبراليون الجدد بقدر ما هو تابع، أي مُدار من قبل مركز واحد. في الوقت نفسه تعني العولمة شيئاً أكبر: إنها تشير إلى أن الزعيم العالمي المعاصر يركز إلى مكتسباته الاقتصادية والثقافية أكثر مما يركز إلى المكتسبات العسكرية التقليدية. يدور الحديث عن تجربة التبادل العولمي غير المتكافئ والذي لا يفترض نهج الأطراف الاقتصادي وحسب، بل السلطة الروحية عليها أيضاً، أي تلك السلطة نفسها التي يمكنها أن تُكسب السمعة والمهابة أو الخزي والعار التي تقدس أو تدنس التي تضيء الشرعية أو تحرم منها"⁽¹⁾.

هذا الذي يصفه الكاتب يظهر الأثر الخطير للدعاية والترويج للأفكار الغربية التي غزت البلاد الفقيرة مهددة بمحو حضارتها وثقافتها، وجاعلة إياها خاضعة وتابعة للدول القوية التي تستغلها لمصلحتها بأبشع الصور، وما زيادة التسليح وانتشار الحروب وخراب البيئة إلا صور متعددة لوجه واحد هو الهيمنة الإعلامية الدعائية الغربية على العالم ككل. وهناك دراسات عديدة وأبحاث كثيرة أظهرت بالأرقام وبما لا يدع مجالاً للشك خطورة هذه الهيمنة ووسائلها وأهدافها.

ساعات مشاهدة التلفزيون وفق متغير العمر

يوضح الجدول (1) ساعات مشاهدة التلفزيون وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (16 فرد) بنسبة (76.19%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يشاهدون التلفاز لأقل من ساعتين، في حين أن أقل نسبة لساعات المشاهدة أقل من ساعتين كانت (فردين) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (6 أفراد) بنسبة (17.64%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يشاهدون التلفاز من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لساعات المشاهدة من ساعتين إلى ثلاث

(1) للتوسع حول العولمة ومفهومها وتعريفها، انظر: العولمة، صالح الرقب، الجامعة الإسلامية، ط1، 1423هـ / 2003م، ص152.

ساعات كانت (فرد واحد) بنسبة (4.67%) وتتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (6 أفراد) بنسبة (17.64%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يشاهدون التلفاز لأكثر من ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لساعات المشاهدة أكثر من ثلاث ساعات كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمره بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (1)

أكثر من ثلاث ساعات	ساعتين إلى ثلاث ساعات	أقل من ساعتين	لا اعلم	التكرار & %	
1	1	2	0	التكرار	من 10 إلى
25.0	25.0	50.0	0.0	%	20
2	4	11	2	التكرار	من 21 إلى
10.52	21.05	57.89	10.52	%	30
4	1	16	0	التكرار	من 31 إلى
19.04	4.76	76.19	0.0	%	40
6	6	12	10	التكرار	من 41 إلى
17.64	17.64	35.29	29.41	%	50
0	0	6	0	التكرار	من 51 إلى
0.0	0.0	12.0	0.0	%	60
0	0	0	0	التكرار	أكثر من
0	0	0	0	%	60 سنة
13	12	47	12	التكرار	الإجمالي
15.47	12.28	60.0	14.28	%	

ساعات سماع الراديو وفق متغير العمر

يوضح الجدول (2) ساعات سماع الراديو وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (12 فرد) بنسبة (54.5%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يسمعون الراديو لأقل من ساعتين، في حين أن أقل نسبة لساعات سماع الراديو لأقل من ساعتين كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك

(4 طلاب) بنسبة (10.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يسمعون الراديو من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لسماع الراديو من ساعتين إلى ثلاث ساعات كانت (فردين) بنسبة (6.66%) وتتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (فردين) بنسبة (5.26%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يسمعون الراديو لأكثر من ثلاث ساعات.

جدول رقم (2)

البيان	التكرار & %	لا اعلم	اقل من ساعتين	ساعتين إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات
من 10 إلى 20	التكرار	2	2	0	0
	%	50.0	50.0	0.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	8	12	0	2
	%	36.3	54.5	0.0	9.9
من 31 إلى 40	التكرار	18	8	2	2
	%	60.0	26.6	6.66	6.66
من 41 إلى 50	التكرار	20	12	4	2
	%	52.6	31.5	10.5	5.26
من 51 إلى 60	التكرار	8	2	0	0
	%	80.0	20.0	0.0	0.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	56	36	6	6
	%	53.0	34.0	5.0	5.0

ساعات قراءة المجلات والجرائد وفق متغير العمر

يوضح الجدول (3) ساعات قراءة المجلات والجرائد وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (22 فرد) بنسبة (78.5%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يقرءون الجرائد والمجلات لأقل من ساعتين، في حين أن أقل نسبة لساعات قراءة الجرائد والمجلات لأقل من ساعتين كانت (فردين) بنسبة (22.2.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (4 طلاب) بنسبة (14.2%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يقرءون الجرائد والمجلات من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لقراءة الجرائد والمجلات من ساعتين إلى ثلاث ساعات كانت (فرد واحد) بنسبة (11.0%) ويتراوح عمره بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (فردين بنسبة (5.55%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يقرءون الجرائد والمجلات لأكثر من ثلاث ساعات.

جدول رقم (3)

البيان	التكرار & %	لا اعلم	اقل من ساعتين	ساعتين إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات
من 10 إلى 20	التكرار	2	2	0	0
	%	50.0	50.0	0.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	4	14	0	0
	%	22.2	77.7	0.0	0.0
من 31 إلى 40	التكرار	2	22	4	0
	%	7.4	78.5	14.2	0.0
من 41 إلى 50	التكرار	18	14	2	2
	%	50.0	38.8	5.55	5.55
من 51 إلى 60	التكرار	6	2	1	0
	%	1.85	22.2	11.0	0.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	32	54	7	2
	%	33.0	56.0	7.0	0.2

ساعات استخدام الإنترنت وفق متغير العمر

يوضح الجدول (4) ساعات استخدام الإنترنت وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (10 أفراد) بنسبة (28.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يستخدمون الإنترنت لأقل من ساعتين، في حين أن أقل نسبة لساعات استخدام الإنترنت لأقل من ساعتين كانت (فردين) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (7 طلاب) بنسبة (43.7%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يستخدمون الإنترنت من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لاستخدام الإنترنت من ساعتين إلى ثلاث ساعات كانت (فردين) بنسبة (7.5%) ويتراوح عمرهم بين (41 إلى 50 سنة)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (43.7%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يستخدمون الإنترنت لأكثر من ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لاستخدام الإنترنت لأكثر من ثلاث ساعات كانت (فردين) بنسبة (20.0%) يتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة).

جدول رقم (4)

البيان	التكرار & %	لا اعلم	اقل من ساعتين	ساعتين إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات
من 10 إلى 20	التكرار	0	2	0	2
	%	0.0	50.0	0.0	50.0
من 21 إلى 30	التكرار	2	0	7	7
	%	12.5	0.0	43.7	43.7
من 31 إلى 40	التكرار	12	7	6	4
	%	41.3	24.1	20.6	13.7
من 41 إلى 50	التكرار	23	10	2	0
	%	65.7	28.5	5.7	0.0
من 51 إلى 60	التكرار	8	0	0	2
	%	80.0	0.0	0.0	20.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	45	19	15	15
	%	47.87	20.21	15.95	15.95

ساعات استخدام رسائل الجوال وفق متغير العمر

يوضح الجدول (5) ساعات استخدام رسائل الجوال وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (8 أفراد) بنسبة (26.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يستخدمون رسائل الجوال لأقل من ساعتين، في حين أن أقل نسبة لساعات استخدام الجوال لأقل من ساعتين كانت (فردين) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (7 طلاب) بنسبة (41.1%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يستخدمون رسائل الجوال من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لاستخدام رسائل الجوال من ساعتين إلى ثلاث ساعات كانت (3 أفراد) بنسبة (8.33%) ويتراوح عمرهم بين (41 إلى 50 سنة)، وهناك (8 أفراد) بنسبة (47.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يستخدمون رسائل الجوال لأكثر من ثلاث ساعات، في حين أن أقل نسبة لاستخدام رسائل الجوال لأكثر من ثلاث ساعات كانت (فردين) بنسبة (6.66%) يتراوح عمرهم بين (31 إلى 40 سنة).

جدول رقم (5)

البيان	التكرار & %	لا اعلم	اقل من ساعتين	ساعتين الى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات
من 10 إلى 20	التكرار	0	2	0	2
	%	0.0	50.0	0.0	50.0
من 21 إلى 30	التكرار	2	0	7	8
	%	11.7	0.0	41.1	47.0
من 31 إلى 40	التكرار	16	8	4	2
	%	53.3	26.6	13.3	6.66
من 41 إلى 50	التكرار	27	6	3	0
	%	75.0	16.6	8.33	0.0
من 51 إلى 60	التكرار	10	0	0	0
	%	100.0	0.0	0.0	0.0
أكثر من 60 سنه	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	55	16	14	12
	%	56.70	16.49	14.43	12.37

وسيلة التأثير بالنسبة لشراء منتج معين

يوضح الجدول (6) الوسيلة الأكثر تأثيراً بالنسبة لشراء منتج معين وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (22 فرداً) بنسبة (62.8%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يرون أن التلفزيون من أكثر الوسائل تأثيراً لشراء منتج معين، في حين أن أقل نسبة للتأثير في شراء منتج معين بالنسبة للتلفزيون كانت (6 أفراد) بنسبة (30.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (5 طلاب) بنسبة (25.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يرون أن الراديو من أكثر الوسائل تأثيراً لشراء منتج معين، في حين أن أقل نسبة للتأثير في شراء منتج معين بالنسبة للراديو كانت (فرد واحد) بنسبة (10.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (8 أفراد)

بنسبة (25.5%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يرون أن المجلات والجرائد من أكثر الوسائل تأثيراً لشراء منتج معين، في حين أن أقل نسبة للتأثير في شراء منتج معين بالنسبة للمجلات والجرائد كانت (4 أفراد) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (8 أفراد) بنسبة (25.8%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يرون أن الإنترنت من أكثر الوسائل تأثيراً لشراء منتج معين، في حين أن أقل نسبة للتأثير في شراء منتج معين بالنسبة للإنترنت كانت (فرد واحد) بنسبة (10.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (4 أفراد) بنسبة (11.4%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يرون أن رسائل الجوال من أكثر الوسائل تأثيراً لشراء منتج معين

جدول رقم (6)

البيان	التكرار & %	التلفزيون	الراديو	المجلات والجرائد	الانترنت	رسائل الجوال
من 10 إلى 20	التكرار	0	0	0	4	0
	%	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	5	4	5	0
	%	30.0	25.0	20.0	25.0	0.0
من 31 إلى 40	التكرار	13	2	8	8	0
	%	41.9	6.45	25.5	25.8	0.0
من 41 إلى 50	التكرار	22	0	7	2	4
	%	62.8		20.0	5.71	11.4
من 51 إلى 60	التكرار	8	1	0	1	0
	%	80.0	10.0	0.0	10.0	0.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0	0	0
	%	0	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	49	8	19	20	4
	%	49.0	8.0	19.0	20.0	4.0

أكثر السلع التي يتم التأثير بها من خلال متابعة الإعلانات

يوضح الجدول (7) الوسيلة أكثر السلع التي يتم التأثير بها من خلال متابعة الإعلانات وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (20 فرد) بنسبة (55.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يرون أن السلع الاستهلاكية من أكثر السلع التي يتم التأثير بها من خلال الإعلانات، في حين أن أقل نسبة للسلع الاستهلاكية كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (13 طالب) بنسبة (46.4%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يرون أن السلع الكمالية من أكثر السلع التي يتم التأثير بها من خلال متابعة الإعلانات، في حين أن أقل نسبة للسلع الكمالية كانت (فرد واحد) بنسبة (10.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (10 أفراد) بنسبة (27.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يرون أن السلع الغذائية من أكثر السلع التي يتم التأثير بها من خلال الإعلانات التجارية، في حين أن أقل نسبة تتأثر بالسلع الغذائية كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (5 أفراد) بنسبة (25.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يرون أن هناك سلع أخرى يتأثرون بها من خلال الإعلانات التجارية، في حين أن أقل نسبة تتأثر بسلع أخرى كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (4 أفراد) بنسبة (11.4%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (7)

البيان	التكرار & %	سلع استهلاكية	سلع كماليه	سلع غذائية	أخرى
من 10 إلى 20	التكرار	2	0	1	1
	%	50.0	0.0	25.0	25.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	4	5	5
	%	30.0	5.0	25.0	25.0
من 31 إلى 40	التكرار	6	13	9	0
	%	21.4	46.4	32.1	0.0
من 41 إلى 50	التكرار	20	6	10	0
	%	55.5	16.6	27.7	0.0
من 51 إلى 60	التكرار	2	1	7	0
	%	20.0	10.0	70.0	0.0
أكثر من 60 سنه	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	36	24	32	6
	%	36.7	24.4	32.6	6.12

الوقت المستغرق لشراء سلعة من إعلان في أحد الوسائل السابقة

يوضح الجدول (8) الوقت المستغرق لشراء سلعة معينة في الوسائل السابقة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (7 أفراد) بنسبة (24.0%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنه) يقومون بعملية الشراء بعد الإعلان مباشرة، في حين أن أقل نسبة للشراء بعد الإعلان مباشرة كانت (فردين) بنسبة (10.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنه)، وهناك (21 طالب) بنسبة (61.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنه) يقومون بشراء السلع متى أتحت لهم الفرصة، في حين أن أقل نسبة للشراء متى أتحت الفرصة كانت (4 أفراد) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنه)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (20.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنه) يقومون بعملية الشراء في اليوم التالي، في حين أن أقل نسبة للشراء في اليوم التالي كانت (3 أفراد) بنسبة (15.0%)

ويتراوح عمرهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (6 أفراد) بنسبة (28.9%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يقومون بعملية الشراء ما بين أسبوع وعشرة أيام، في حين أن أقل نسبة للشراء ما بين أسبوع وعشرة أيام كانت (فرد واحد) بنسبة (5.0%) ويتراوح عمرهم بين (21 إلى 30 سنة).

جدول رقم (8)

البيان	التكرار %	بعد الإعلان مباشرة	متى ما اتاحت لي الفرصة	في اليوم التالي	ما بين أسبوع وعشرة أيام
من 10 إلى 20	التكرار	0	4	0	0
	%	0.0	100.0	0.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	2	14	3	1
	%	10.0	70.0	15.0	5.0
من 31 إلى 40	التكرار	7	11	5	6
	%	24.0	37.9	17.2	28.9
من 41 إلى 50	التكرار	4	21	7	2
	%	11.7	61.7	20.5	5.88
من 51 إلى 60	التكرار	2	5	0	3
	%	20.0	50.0	0.0	30.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0	0
	%	0	0	0	0
الإجمالي	التكرار	15	55	15	12
	%	15.4	56.7	15.4	12.3

هل تتأثر بتكرار الإعلان وبالتالي في شراء السلعة المعلنة.

التأثر بتكرار الإعلان في التليفزيون

يوضح الجدول السابق التأثير بتكرار الإعلان في التليفزيون وبالتالي الرغبة في شراء السلعة المعلنة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (12 فرد) بنسبة (40.0%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بتكرار

الإعلانات في التلفزيون، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بالإعلانات كانت (فردين) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (4 أفراد) بنسبة (11.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بتكرار الإعلانات، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (28 فرد) بنسبة (82.3%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بعملية تكرار الإعلان في التلفزيون، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (9)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا تأثير
من 10 إلى 20	التكرار	2	1	1
	%	50.0	25.0	25.0
من 21 إلى 30	التكرار	4	3	13
	%	20.0	15.0	65.0
من 31 إلى 40	التكرار	12	2	16
	%	40.0	6.66	53.3
من 41 إلى 50	التكرار	2	4	28
	%	5.88	11.7	82.3
من 51 إلى 60	التكرار	4	2	4
	%	40.0	20.0	40.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	24	12	62
	%	30.3	15.3	79.4

التأثر بتكرار الإعلان في الراديو

يوضح الجدول (10) التأثير بتكرار الإعلان في الراديو وبالتالي الرغبة في شراء السلعة المعلنة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (6 أفراد) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بتكرار الإعلانات في الراديو، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بالإعلانات كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (35.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بتكرار الإعلانات في الراديو، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (28 فرد) بنسبة (84.8%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بعملية تكرار الإعلان في الراديو، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر كانت (4 أفراد) بنسبة (25.0%) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (10)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	0	4
	%	0.0	0.0	25.0
من 21 إلى 30	التكرار	3	7	10
	%	15.0	35.0	50.0
من 31 إلى 40	التكرار	6	6	18
	%	20.0	20.0	60.0
من 41 إلى 50	التكرار	5	0	28
	%	15.0	0.0	84.8
من 51 إلى 60	التكرار	2	2	6
	%	20.0	20.0	60.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	16	15	66
	%	16.4	15.4	68.0

التأثر بتكرار الإعلان في المجلات والجرائد

يوضح الجدول (11) التأثير بتكرار الإعلان في المجلات والجرائد وبالتالي الرغبة في شراء السلعة المعلنة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (12 فرد) بنسبة (33.3%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بتكرار الإعلانات في المجلات والجرائد، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بالإعلانات في المجلات والجرائد كانت (فردين) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (5 أفراد) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بتكرار الإعلانات في المجلات والجرائد، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) بنسبة (6.66%) ويتراوح عمرهم بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (20 فرد) بنسبة (66.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) لا يتأثرون بعملية تكرار الإعلان في المجلات والجرائد، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثير كانت (فردين) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة).

جدول (11)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	2	0	2
	%	50.0	0	50.0
من 21 إلى 30	التكرار	7	3	10
	%	35.0	15.0	50.0
من 31 إلى 40	التكرار	8	2	20
	%	26.6	6.66	66.6
من 41 إلى 50	التكرار	12	5	19
	%	33.3	13.8	52.8
من 51 إلى 60	التكرار	3	5	2
	%	30.0	50.0	20.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	32	15	53
	%	32.0	15.0	53.0

التأثر بتكرار الإعلان في الإنترنت

يوضح الجدول (12) التأثير بتكرار الإعلان في الإنترنت وبالتالي الرغبة في شراء السلعة المعلنة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (9 أفراد) بنسبة (25.0%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بتكرار الإعلانات في الإنترنت، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بالإعلانات في الإنترنت كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (فردين) بنسبة (10.5%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بتكرار الإعلانات في الإنترنت، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فرد واحد) بنسبة (3.33%) ويتراوح عمره بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (25 فرد) بنسبة (69.4%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بعملية تكرار الإعلان في الإنترنت، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر كانت (8 أفراد) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة).

جدول (12)

البيان	التكرار %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	4	0	0
	%	100.0	0.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	2	11
	%	31.5	10.5	57.8
من 31 إلى 40	التكرار	8	1	21
	%	26.6	3.33	70.0
من 41 إلى 50	التكرار	9	2	25
	%	25.0	5.55	69.4
من 51 إلى 60	التكرار	2	0	8
	%	20.0	0.0	80.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	29	5	65
	%	29.4	5.05	65.6

التأثر بتكرار الإعلان في رسائل الجوال

يوضح الجدول (13) التأثير بتكرار الإعلان في رسائل الجوال وبالتالي الرغبة في شراء السلعة المعلنة وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (8 أفراد) بنسبة (26.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بتكرار الإعلانات على رسائل الجوال، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بالإعلانات على رسائل الجوال كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (6 أفراد) بنسبة (33.3%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بتكرار الإعلانات على رسائل الجوال، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (4 أفراد) بنسبة (13.3%) ويتراوح عمره بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (25 فرد) بنسبة (65.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بعملية تكرار الإعلان على رسائل الجوال، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر كانت (4 أفراد) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول (13)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	0	4
	%	0.0	0.0	100.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	6	6
	%	33.3	33.3	33.3
من 31 إلى 40	التكرار	8	4	18
	%	26.6	13.3	60.0
من 41 إلى 50	التكرار	8	5	25
	%	21.0	13.1	65.7
من 51 إلى 60	التكرار	2	0	8
	%	20.0	0.0	80.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	24	15	61
	%	24.0	15.0	61.0

مدى تأثير ظهور النساء في الإعلانات

تأثير ظهور النساء في الإعلان التلفزيوني

يوضح الجدول (14) مدى تأثير ظهور النساء في الإعلان التلفزيوني وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (9 أفراد) بنسبة (30.0%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بظهور النساء في الإعلان التلفزيوني، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بظهور النساء في التلفزيون كانت (4 أفراد) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (23.3%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بظهور النساء في الإعلان التلفزيوني، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمره بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (23 فرد) بنسبة (65.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بظهور النساء في الإعلان التلفزيوني، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر كانت (فردين) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة).

جدول رقم (14)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	4	0	0
	%	100.0	0	0
من 21 إلى 30	التكرار	6	4	10
	%	30.0	20.0	50.0
من 31 إلى 40	التكرار	9	7	14
	%	30.0	23.3	46.7
من 41 إلى 50	التكرار	9	3	23
	%	25.7	8.57	65.7
من 51 إلى 60	التكرار	6	2	2
	%	60.0	20.0	20.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	34	16	49
	%	34.3	16.3	49.4

تأثير ظهور النساء في الإعلان الإذاعي

يوضح الجدول (15) مدى تأثير ظهور النساء في الإعلان الإذاعي وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (10 أفراد) بنسبة (30.3%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بظهور النساء في الإعلان الإذاعي، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بظهور النساء في الإعلان الإذاعي كانت (فردين) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (21.2%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بظهور النساء في الإعلان الإذاعي، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (4 أفراد) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (17 فرد) بنسبة (56.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) لا يتأثرون بظهور النساء في الإعلان الإذاعي، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر بالنساء في الإعلان الإذاعي كانت (4 أفراد) ويتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (15)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	0	4
	%	0.0	0.0	100.0
من 21 إلى 30	التكرار	0	4	16
	%	0.0	20.0	80.0
من 31 إلى 40	التكرار	7	6	17
	%	23.3	20.0	56.6
من 41 إلى 50	التكرار	10	7	16
	%	30.3	21.2	48.4
من 51 إلى 60	التكرار	2	3	5
	%	20.0	30.0	50.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	19	20	58
	%	19.5	20.6	59.7

تأثير ظهور النساء في إعلانات الجرائد والمجلات

يوضح الجدول (16) مدى تأثير ظهور النساء في إعلانات الجرائد والمجلات وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (8 أفراد) بنسبة (26.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بظهور النساء في إعلانات الجرائد والمجلات، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بظهور النساء في إعلانات الجرائد والمجلات كانت (4 أفراد) بنسبة (20.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (9 أفراد) بنسبة (25.0%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بظهور النساء في إعلانات المجلات، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) بنسبة (20.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (19 فرد) بنسبة (52.7%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بظهور النساء في إعلانات الجرائد والمجلات، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر بالنساء في إعلانات الجرائد والمجلات كانت (4 أفراد) بنسبة (40.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة).

جدول رقم (16)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	4	0	0
	%	100.0	0.0	0.0
من 21 إلى 30	التكرار	4	4	12
	%	20.0	20.0	60.0
من 31 إلى 40	التكرار	8	8	14
	%	26.6	26.6	46.6
من 41 إلى 50	التكرار	8	9	19
	%	22.3	25.0	52.7
من 51 إلى 60	التكرار	4	2	4
	%	40.0	20.0	40.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	28	23	49
	%	28.0	23.0	49.0

تأثير ظهور النساء في إعلانات الإنترنت

يوضح الجدول (17) مدى تأثير ظهور النساء في الإنترنت وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (13 فرد) بنسبة (37.1%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بظهور النساء في إعلانات الإنترنت، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي بظهور النساء في إعلانات الإنترنت كانت (فردين) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (8 أفراد) بنسبة (26.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بظهور النساء في الإنترنت، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (3 أفراد) بنسبة (30.0%) ويتراوح عمرهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (17 فرد) بنسبة (48.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بظهور النساء في إعلانات الإنترنت، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر بالنساء في إعلانات الإنترنت كانت (فردين) يتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (17)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	2	0	2
	%	50.0	0	50.0
من 21 إلى 30	التكرار	4	4	9
	%	23.5	23.5	53
من 31 إلى 40	التكرار	6	8	16
	%	20.0	26.6	53.4
من 41 إلى 50	التكرار	13	5	17
	%	37.1	14.4	48.5
من 51 إلى 60	التكرار	4	3	3
	%	40.0	30.0	30.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	29	20	47
	%	30.3	20.8	48.9

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان التلفزيوني

يوضح الجدول (18) مدى تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان التلفزيوني وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (14 فرد) بنسبة (41.0%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي كانت (5 أفراد) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (12 فرد) بنسبة (48.2%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) يتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (15 فرد) بنسبة (44.1%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة لعدم بالإعلانات المفصلة كانت (فردين) يتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (18)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	2	2
	%	0.0	50.0	50.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	8	6
	%	30.0	40.0	30.0
من 31 إلى 40	التكرار	11	12	5
	%	39.2	42.8	17.8
من 41 إلى 50	التكرار	14	5	15
	%	41.0	14.7	44.1
من 51 إلى 60	التكرار	5	0	5
	%	50.0	0.0	50.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	36	27	33
	%	37.5	28.1	34.3

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان الإذاعي

يوضح الجدول (19) مدى تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان الإذاعي وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (15 فرد) بنسبة (42.8%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي كانت (6 أفراد) بنسبة (30.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة)، وهناك (9 أفراد) بنسبة (34.6%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) يتراوح عمره بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (14 فرد) بنسبة (40.0%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة لعدم بالإعلانات المفصلة كانت (3 أفراد) يتراوح عمرهم بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (19)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	1	3
	%	0	25.0	75.0
من 21 إلى 30	التكرار	6	9	5
	%	30.0	45.0	25.0
من 31 إلى 40	التكرار	11	9	6
	%	42.3	34.6	23.0
من 41 إلى 50	التكرار	15	6	14
	%	42.8	17.1	40.0
من 51 إلى 60	التكرار	6	0	4
	%	60.0	0.0	40.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	38	25	32
	%	40.0	26.3	33.6

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة إعلانات الصحف والمجلات

يوضح الجدول (20) مدى تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان في الصحف والمجلات وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (16 فرد) بنسبة (44.4%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي كانت (3 أفراد) بنسبة (30.0%) تتراوح أعمارهم بين (51 إلى 60 سنة)، وهناك (7 أفراد) بنسبة (35.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) يتراوح عمره بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (16 فرد) بنسبة (44.4%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة لعدم بالإعلانات المفصلة كانت (فردين) بنسبة (10.0%) يتراوح عمرهم ما بين (21 إلى 30 سنة).

جدول رقم (20)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا تأثير
من 10 إلى 20	التكرار	0	1	3
	%	0	25.0	75.0
من 21 إلى 30	التكرار	11	7	2
	%	55.0	35.0	10.0
من 31 إلى 40	التكرار	14	6	7
	%	51.8	22.2	25.9
من 41 إلى 50	التكرار	16	4	16
	%	44.4	11.2	44.4
من 51 إلى 60	التكرار	3	1	6
	%	30.0	10.0	60.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	44	19	34
	%	45.3	19.5	35.0

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة إعلانات الإنترنت

يوضح الجدول (21) مدى تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان في الإنترنت وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (15 فرد) بنسبة (42.8%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي كانت (فردين) تتراوح أعمارهم بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (5 أفراد) بنسبة (23.8%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) يتراوح عمره بين (10 إلى 20 سنة)، وهناك (15 فرد) بنسبة (42.8%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر بالإعلانات المفصلة كانت (فرد واحد) بنسبة (25.0%) يتراوح عمره ما بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (21)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	2	1	1
	%	50.0	25.0	25.0
من 21 إلى 30	التكرار	10	4	6
	%	50.0	20.0	30.0
من 31 إلى 40	التكرار	12	5	9
	%	57.1	23.8	42.8
من 41 إلى 50	التكرار	15	5	15
	%	42.8	14.4	42.8
من 51 إلى 60	التكرار	4	0	6
	%	40.0	0	60.0
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	43	15	37
	%	47.7	16.6	41.1

تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة إعلانات رسائل الجوال

يوضح الجدول (22) مدى تأثير الإعلانات المفصلة على متابعة الإعلان على رسائل الجوال وفق متغير العمر، حيث يتضح من خلال الجدول أن هناك (10 أفراد) بنسبة (31.2%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) يتأثرون تأثير إيجابي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر الإيجابي كانت (فردين) بنسبة (7.69%) تتراوح أعمارهم بين (31 إلى 40 سنة)، وهناك (9 أفراد) بنسبة (50.0%) تتراوح أعمارهم بين (21 إلى 30 سنة) يتأثرون تأثير سلبي بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة للتأثر السلبي كانت (فردين) بنسبة (6.25%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة)، وهناك (20 فرد) بنسبة (62.5%) تتراوح أعمارهم بين (41 إلى 50 سنة) لا يتأثرون بالإعلانات المفصلة، في حين أن أقل نسبة لعدم التأثر بالإعلانات المفصلة كانت (4 أفراد) تتراوح أعمارهم ما بين (10 إلى 20 سنة).

جدول رقم (22)

البيان	التكرار & %	تأثير ايجابي	تأثير سلبي	لا أتاثر
من 10 إلى 20	التكرار	0	0	4
	%	0.0	0.0	100.0
من 21 إلى 30	التكرار	4	9	5
	%	22.2	50.0	27.7
من 31 إلى 40	التكرار	2	7	17
	%	7.69	26.9	65.3
من 41 إلى 50	التكرار	10	2	20
	%	31.2	6.25	62.5
من 51 إلى 60	التكرار	4	0	5
	%	44.6	0.0	55.6
أكثر من 60 سنة	التكرار	0	0	0
	%	0	0	0
الإجمالي	التكرار	20	18	51
	%	22.4	20.2	57.3

الفصل السابع
الإعلام الحربي في إطار منظومة الإعلام الوطني الاجتماعي

الفصل السابع

الإعلام الحربي في إطار منظومة الإعلام الوطني الاجتماعي

أصبح الإعلام - في إطار المنظومة الشاملة للدولة - أحد القوى الأساسية، والمؤثرة في صنع القرار خاصة بعد أن شهد الإعلام في السنوات الأخيرة تقدماً تقنياً ووظيفياً، أدى إلى أن يتحول العالم إلى قرية صغيرة، وإذا اتفقنا أن الإعلام، بشكل عام، هو أحد القوى المؤثرة على مستوى الدولة، فإن الإعلام الحربي يأتي في مرتبة متقدمة ضمن فروع الإعلام المتخصص، والذي هو جزء لا يتجزأ من الإعلام الوطني. بل يمكن القول، أن الإعلام الحربي هو أحد أركان الأمن الوطني، كما أنه المرآة التي يرى فيها المواطن قواته المسلحة، ويقف على الدور الذي تؤديه في تحقيق أمن الوطن والدفاع عنه.

والإعلام الحربي من خلال استخدام وسائل الإعلام المختلفة، يستطيع أن يساهم في خطط إعداد القوات المسلحة في إعداد الدولة للحرب، من خلال تأكيد أهمية بناء قدرات حربية قادرة على مواجهة التهديدات المختلفة، بل والتأكيد على أهمية وجود حجم متوازن من القوات كماً ونوعاً لتحقيق الدفاع. كما يمكن توظيف جهود الإعلام الحربي لنقل الصورة الحقيقية والواقعية لما يدور داخل القوات المسلحة من خلال إبراز قدراتها وكفاءتها القتالية، حتى تتعرف جماهير الشعب على الدرع والسيف الذي يحميهم ضد المخاطر الخارجية ويساهم معهم في بناء الوطن.

ومن الناحية التاريخية نجد أن الإعلام الحربي كان متأصلاً في القوات المسلحة العربية، وإن اختلفت وسائله، وهو لا يقتصر على زمن الحرب بل يمتد إلى زمن السلم. وإذا كان من السهل بناء العلاقة بين الإعلام الحربي وزمن الحرب على أساس الدور الأساسي والهدف الأسمى لوجود القوات المسلحة في إطار تنظيم الدولة، فإن العلاقات بين مفهوم الإعلام الحربي وزمن السلم يشوبها الكثير من الغموض، ويترتب عليها العديد من الإشكاليات، انطلاقاً من الاعتقاد بغياب الدور الأساسي للقوات المسلحة وما

يترتب عليه من تغييب الأدوار التابعة للأجهزة الفرعية في زمن السلم. ومن هنا سيأتي دور وسائل الإعلام في توضيح الصورة وربط الإنسان في كل مكان بقواته المسلحة. والحرب ترتبط بالحاجة إلى الأمن الذي يتصدر الدوافع والحاجات الإنسانية، وبذلك تثير حركتها وتطورها ونتائجها مراكز الاهتمام الجمعي في الدولة بجانب الاهتمام العام، فيدفع ذلك إلى البحث عن أدوات ووسائل المعرفة الخاصة بالاقتراب من حركة القوات وتطور المعارك ويؤدي ذلك إلى إحداث نشاط أجهزة الإعلام في القوات المسلحة وفي وسائل الإعلام المختلفة. أما السلم فيتطلب إستراتيجية خاصة يعكس الإعلام من خلالها استعداد القوات المسلحة لحماية وتأمين الدولة والشعب.

الفصل الثامن

حرية التعبير

الفصل الثامن

حرية التعبير

حرية الرأي والتعبير يمكن تعريفها بالحرية في التعبير عن الأفكار والآراء عن طريق الكلام أو الكتابة أو عمل فني بدون رقابة أو قيود حكومية بشرط أن لا يمثل طريقة ومضمون الأفكار أو الآراء ما يمكن اعتباره خرقاً لقوانين وأعراف الدولة أو المجموعة التي سمحت بحرية التعبير ويصاحب حرية الرأي والتعبير على الأغلب بعض أنواع الحقوق والحدود مثل حق حرية العبادة وحرية الصحافة وحرية التظاهرات السلمية.

بالنسبة لحدود حرية الرأي والتعبير فإنه يعتبر من القضايا الشائكة والحساسة إذ أن الحدود التي ترسمها الدول أو المجاميع المانحة لهذه الحرية قد تتغير وفقاً للظروف الأمنية والنسبة السكانية للأعراق والطوائف والديانات المختلفة التي تعيش ضمن الدولة أو المجموعة وأحياناً قد تلعب ظروف خارج نطاق الدولة أو المجموعة دوراً في تغيير حدود الحريات.

بدايات حرية الرأي والتعبير

ترجع بدايات المفهوم الحديث لحرية الرأي والتعبير إلى القرون الوسطى في المملكة المتحدة بعد الثورة التي أطاحت بالملك جيمس الثاني من إنكلترا عام 1688 ونصبت الملك وليام الثالث من إنكلترا والملكة ماري الثانية من إنكلترا على العرش وبعد سنة من هذا أصدر البرلمان البريطاني قانون "حرية الكلام في البرلمان". وبعد عقود من الصراع في فرنسا تم إعلان حقوق الإنسان والمواطن في فرنسا عام 1789 عقب الثورة الفرنسية الذي نص على أن حرية الرأي والتعبير جزء أساسي من حقوق المواطن وكانت هناك محاولات في الولايات المتحدة في نفس الفترة الزمنية لجعل حرية الرأي والتعبير حقاً أساسياً لكن الولايات المتحدة لم تفلح في تطبيق ما جاء في دستورها لعامي 1776 و 1778 من حق حرية الرأي والتعبير حيث حذف هذا البند في عام 1798 واعتبرت

معارضة الحكومة الفدرالية جريمة يعاقب عليها القانون ولم تكن هناك مساواة في حقوق حرية التعبير بين السود والبيض.

ويعتبر الفيلسوف جون ستيوارت ميل (1806 - 1873) John Stuart Mill من أوائل من نادوا بحرية التعبير عن أي رأي مهما كان هذا الرأي غير أخلاقيا في نظر البعض حيث قال "إذا كان كل البشر يمتلكون رأيا واحدا وكان هناك شخص واحد فقط يملك رأيا مخالفا فإن إسكات هذا الشخص الوحيد لا يختلف عن قيام هذا الشخص الوحيد بإسكات كل بني البشر إذا توفرت له القوة" وكان الحد الوحيد الذي وضعه ميل لحدود حرية التعبير عبارة عن ما أطلق عليه "إلحاق الضرر" بشخص آخر ولا تزال هناك لحد هذا اليوم جدل عن ماهية الضرر فقد يختلف ما يعتبره الإنسان ضررا الحق به من مجتمع إلى آخر. وكان جون ستيوارت ميل من الداعين للنظرية الفلسفية التي تنص على أن العواقب الجيدة لأكثر عدد من الناس هي الفيصل في تحديد اعتبار عمل أو فكرة معينة أخلاقيا أم لا وكانت هذه الأفكار مناقضة للمدرسة الفلسفية التي تعتبر العمل اللاأخلاقي سيئا حتى ولوعمت فائدة من القيام به واستندت هذه المدرسة على الدين لتصنيف الأعمال إلى مقبولة أو مسيئة ولتوضيح هذا الاختلاف فإن جون ستيوارت ميل يعتبر الكذب على سبيل المثال مقبولا إذا كان فيه فائدة لأكثر عدد من الأشخاص في مجموعة معينة على عكس المدرسة المعاكسة التي تعتبر الكذب تصرفا سيئا حتى ولو كانت عواقبه جيدة.

وبسبب الهجرة من الشرق إلى الدول الغربية واختلاط الثقافات والأديان ووسائل الاتصال الحديثة مثل الإنترنت شهد العالم موجة جديدة من الجدل حول تعريف الإساءة أو الضرر وخاصة على الرموز الدينية حيث شهد العالم في أواخر 2005 وبدايات عام 2006 ضجة سياسية وإعلامية ودينية واقتصادية حول ما اعتبره المسلمون الإساءة للنبي محمد واعتبره العالم الغربي وسيلة في حرية الرأي والتعبير.

بدأت مؤخرا حركات في أوروبا تطالب بتعديلات في القوانين القديمة المتعلقة بالإساءة إلى الرموز الدينية التي وان وجدت في القوانين الأوروبية ولكنها نادرا ما تطبق

في الوقت الحالي ولكن مع انتشار الهجرة إلى أوروبا من الدول الغير أوروبية وجدت الكثير من الدول فيأوروبا نفسها في مواقف قانونية حرجة لوجود بنود في قوانينها الجنائية تجرم المسيئين إلى الرموز الدينية ووجود بنود أخرى تسمح بحرية الرأي والتعبير وهذه القوانين التي تعتبر الإساءة للدين عملاً مخالفاً للقوانين لا تزال موجودة على سبيل المثال في البندين 188 و 189 من القانون الجنائي في النمسا ووالبند 10 من القانون الجنائي في فنلندا والبند 166 من القانون الجنائي في ألمانيا والبند 147 في القانون الجنائي في هولندا والبند 525 في القانون الجنائي في اسبانيا وبنود مشابهة في قوانين إيطاليا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة.

نماذج من حدود حرية الرأي والتعبير في العالم

- فرنسا: يمنع القانون الفرنسي أي كتابة أو حديث علني يؤدي إلى حقد أو كراهية لأسباب عرقية أو دينية ويمنع أيضاً تكذيب جرائم الإبادة الجماعية ضد اليهود من قبل النازيين ويمنع أيضاً نشر أفكار الكراهية بسبب الميول الجنسية لفرد. وقد أتهم القضاء الفرنسي المفكر الفرنسي رجاء جارودي وكذلك الكاتب الصحفي إبراهيم نافعبتهمة معاداة السامية حسب قانون جيسو. في 10 مارس 2005 منع قاضي فرنسي لوحة دعائية مأخوذة من فكرة لوحة العشاء الأخير للرسام ليوناردو دا فينشي. حيث تم تصميم اللوحات الدعائية لبيت قيغباود لتصميم الملابس وأمر بإزالة جميع اللوحات الإعلانية خلال 3 أيام. حيث أعلن القاضي بأن اللوحات الدعائية مسيئة للرومان الكاثوليك. وعلى الرغم من تمسك محامي قيغباود بأن منع الإعلانات هو نوع من الرقابة وقمع لحرية التعبير، إلا أن القاضي اقر بأن الإعلان كان تدخل مشين وعدواني بمعتقدات الناس الخاصة. وحكم بأن محتوى الإساءة إلى الكاثوليك أكثر من الهدف التجاري المقدم.[1]

- ألمانيا: في القانون الأساسي الألماني والذي يسمى Grundgesetz ينص البند الخامس على حق حرية الرأي والتعبير، ولكنه يرسم حدوداً مماثلة للقانون

الفرنسي تمنع خطابات الكراهية ضد العرق والدين والميول الجنسية إضافة إلى منع استعمال الرموز النازية مثل الصليب المعقوف.

- بولندا: لحد هذا اليوم يعتبر الإساءة إلى الكنيسة الكاثوليكية ورئيس الدولة جريمة يعاقب عليها القانون حيث تم الحكم بالسجن لمدة 6 أشهر على الفنان البولندي دوروتا نيزنالسكا Dorota Nieznalska في 18 يوليو 2003 لرسمه صورة العضو الذكري على الصليب وتم غرامة الصحفي جيرزي أوروبان بمبلغ 5000 يورو في 5 يناير 2005 لإساءته لشخص يوحنا بولس الثاني.

- كندا: يمنع القانون الكندي خطابات وأفكار الكراهية ضد أي مجموعة دينية أو عرقية وتمنع الأفكار أو الكلام أو الصور الت

- cdhgjds678iokljbvxczsertyuiuytrdfg تعتبر مسيئة أخلاقيا من الناحية الجنسية حسب القوانين الكندية وفي 29 إبريل 2004 وافق البرلمان على قانون يمنع الإساءة لشخص بسبب ميوله الجنسية.

- الولايات المتحدة: في الولايات المتحدة وضعت المحكمة العليا مقياسا لما يكن اعتباره إساءة أو خرق لحدود حرية التعبير ويسمى اختبار ميلر Miller test وبدأ العمل به في عام 1973 ويعتمد المقياس على 3 مبادئ رئيسية وهي: عما إذا كان غالبية الأشخاص في المجتمع يرون طريقة التعبير مقبولة وعما إذا كان طريقة إبداء الرأي يعارض القوانين الجنائية للولاية وعما إذا كانت طريقة عرض الرأي يتحلى بصفات فنية أو أدبية جادة. ومن الجدير بالذكر أن إنكار حدوث إبادة جماعية لليهود لا يعتبر عملا جنائيا في الولايات المتحدة ولهذا تتخذ معظم مجموعات النازيون الجدد من الولايات المتحدة مركزا إعلامياً لها. وبعد أحداث 11 سبتمبر 2001 صُدّق في الولايات المتحدة على قانون يعرف بـ PATRIOT Act الذي يمنح الأجهزة الأمنية صلاحيات واسعة تمكنها من القيام بأعمال تنصت ومراقبة وتفتيش دون اللجوء إلى التسلسل القضائي الذي كان متبعاً قبل 11 سبتمبر 2001.

- بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 صدق في الولايات المتحدة على قانون يعرف بـ PATRIOT Act الذي منح الأجهزة الأمنية صلاحيات واسعة تمكنها من القيام بأعمال تنصت ومراقبة وتفتيش دون اللجوء إلى التسلسل القضائي الذي كان متبعاً قبل 11 سبتمبر 2001. ومع بدء الولايات المتحدة حملاتها العسكرية على كل من أفغانستان والعراق فيما يعرف بالحرب على الإرهاب وتعرض مقرات بعض القنوات الإخبارية والصحافيين العاملين بها لاعتداءات متكررة من قبل القوات الأمريكية بدأت تظهر مزاعم حول تعمد ذلك وخاصة بعد استهداف مقر قناة الجزيرة الإخبارية في أفغانستان عام 2002 وفي بغداد أثناء عملية غزو العراق 2003 والتي أدت إلى مقتل مراسل الجزيرة في بغداد طارق أيوب وساعد في تأكيد ذلك نشر صحيفة الديلي ميرور البريطانية في نوفمبر 2005 وثائق سرية اشتهرت باسم وثيقة قصف الجزيرة مفادها أن الرئيس الأمريكي جورج و. بوش كان يرغب بقصف المركز الرئيسي لقناة الجزيرة في قطر وقد نفى متحدث البيت الأبيض هذه الإتهامات.
- أستراليا: في فبراير 1996 تم الحكم على السياسي الماركسي ألبرت لانغر Albert Langer بالسجن لمدة 10 أسابيع لتحريضه الناخبين على كتابة أرقام أخرى لم تكن موجودة ضمن الخيارات في ورقة الاقتراع، وذلك لإظهار الاحتجاج على الحزبين الرئيسيين المتنافسين. وقد اعتبر هذا مخالفا لقوانين الانتخابات في أستراليا.
- في بلجيكا منعت السلطات المحلية لمدينة Middelkerke في 6 فبراير 2006 الفنان ديفد سيرني David Cerny من عرض تمثال للرئيس العراقي السابق صدام حسين في أحد المعارض الفنية. ويظهر التمثال صدام حسين على هيئة سمكة قرش ويده مكبلتة بالأغلال من الخلف في حوض من

الفورمالين. واعتبرت السلطات هذا العمل الفني مثيرا للجدل وقد يسبب احتجاجات من الأطراف المؤيدة للرئيس العراقي السابق.

- الدول الأفريقية: هناك العديد من الدول الأفريقية التي تنص دساتيرها على حق حرية التعبير، ولكنها لا تطبق على أرض الواقع بنظر المراقبين الدوليين لحقوق الإنسان الذين أشاروا إلى خروق واضحة لحق المواطن في التعبير عن رأيه بحرية في كينيا وغانا. ويعتبر البعض إريتريا في مقدمة الدول في اعتقالها للصحفيين. وهناك رقابة حكومية على وسائل الإعلام في السودان وليبيا وغينيا الاستوائية بينما تظهر بوادر تحسن في حقوق الحرية في الرأي في تشاد والكاميرون والغابون.

- الدول الآسيوية: هناك العديد من الدول الآسيوية التي تنص دساتيرها على حق حرية التعبير، ولكنها لا تطبق على أرض الواقع بنظر المراقبين الدوليين لحقوق الإنسان الذين أشاروا إلى خروق واضحة لحق المواطن في التعبير عن رأيه بحرية في فيتنام وميانمار وكوريا الشمالية. وأشارت تقارير المراقبين إلى أن هناك تحسناً في مجال حرية التعبير في الصين مقارنة بالسابق، إلا أن الحكومة في الصين لا تزال تراقب وسائل الإعلام وتمنع مواطنيها من الدخول إلى العديد من مواقع الإنترنت بما فيها موسوعة ويكيبيديا.

- الهند: في 26 سبتمبر 1988 أصدرت السلطات القضائية الهندية قراراً بمنع سلمان رشدي من دخول الهند عقب نشره لروايته المثيرة للجدل [آيات شيطانية] التي اعتبرها المسلمون إهانة للدين الإسلامي. وقد احتوى أحد فصول الرواية على شخصية كانت اسمها ماهوند اعتبرها المسلمون محاولة من سلمان رشدي للإساءة إلى شخص رسول الإسلام وزوجاته حيث ورد ذكر دار للدعارة في مدينة الجاهلية والتي يقصد سلمان رشدي بها مدينة مكة وكان في دار الدعارة هذه 12 امرأة وكانت أسماؤهن مطابقة لأسماء زوجات

الرسول محمد. وفي الكتاب أيضا وصف تفصيلي للعمليات الجنسية الذي قام بها ماهوند.

- الدول العربية: على الرغم من وجود بنود في دساتير بعض الدول العربية تضمن حرية الرأي والتعبير إلا أنها لم تخرج عن إطارها الشكلي إلى حيز التطبيق، حيث الانتهاكات كثيرة لحرية التعبير في كثير من الدول العربية التي يمنع في معظمها إن لم يكن في جميعها انتقاد الحاكم أو السلطة الحاكمة أو الدين، وقد يتعرض الكاتب أو الصحفي للسجن والتعذيب.

أحداث شهيرة

حدثت في العصر الحديث سلسلة من الأحداث التي خلقت جدلا فلسفيا بين حق حرية الرأي والتعبير وواجب احترام المعتقدات الدينية وفيما يلي نماذج لبعض الحوادث التي خلقت مثل هذا النوع من الجدل:

- رواية آخر وسوسة للمسيح The Last Temptation of Christ التي طبعت عام 1960 وكانت للمؤلف اليوناني نيكوس كازانتزاكس (1883 - 1957) وتحولت فيما بعد إلى فيلم سينمائي في عام 1988 وفيه يسرد المؤلف نسخته الشخصية من حياة المسيح وفيه يصور المسيح كنجار يصنع الصليب الذي كان الرومانيون يستعملونه لإنزال العقاب بالمخالفين للقوانين ويصور أيضا شخصية المسيح كإنسان عادي يملك كل الصفات الإنسانية من شك وضعف وخوف وارتكاب للذنوب وفي نهاية الرواية يتزوج المسيح من مريم المجدلية بدلا من صلبه كما هو معهود حسب الكتاب المقدس. بدأت الاحتجاجات على الفيلم أثناء عملية التصوير حيث قاد الزعماء الدينيون في الكنائس الأمريكية حملة واسعة ضد الفيلم وقامت مجموعة مسيحية متطرفة بإلقاء القنابل الزجاجية الحارقة على صالة عرض للفيلم في باريس في 22 أكتوبر 1988.

• فيلم حياة برايان Life of Brian للمجموعة الكوميدية البريطانية Monty Python سنة 1979 وفيه يروي الفيلم وبصورة ساخرة قصة حياة شخص اسمه برايان ولد في نفس اللحظة ونفس الزقاق الذي ولد فيه المسيح ويعتبر الفيلم من الأفلام الكوميدية الكلاسيكية وقد اختير عام 2000 من قبل المجلة الفنية البريطانية Total Film كأحسن فيلم كوميدي بريطاني في التاريخ والفيلم ينتقد وبصورة ساخرة التطرف الديني. تتكرر في الفيلم سلسلة من المواقف الكوميدية بسبب اشتباه الناس أن برايان هو المسيح بدءاً من زيارة الحكماء الثلاث الذين وحسب التقليد المسيحي تتبعوا النجوم واستدلوا على مكان ولادة المسيح إلى حادثة الصلب حيث يوضع برايان على الصليب بدلاً من المسيح. امتنعت بعض صالات عرض الأفلام من عرض هذا الفيلم في العديد من المدن البريطانية ومنعت أيرلندا والنرويج وإيطاليا وولاية نيو جيرسي في الولايات المتحدة عرض الفيلم لسنوات طويلة.

• لوحة الفنان الأمريكي اندريس سيررانو Andres Serrano في عام 1987 والمسمى "البول على المسيح" Piss Christ واللوحة عبارة عن صورة لصلب المسيح قام الرسام بغمسها في بوله الشخصي ويعتقد البعض أن اللوحة قد غمست في دم الفنان أيضاً لكون اللوحة حمراء اللون. أحدثت هذه اللوحة جدلاً كبيراً في مجلس الشيوخ الأمريكي في عام 1987 وكان الجدل بين حرية الفنان في التعبير عن رأيه وعن الإساءة للرموز الدينية. ومن الجدير بالذكر أن أعمالاً أخرى لهذا الفنان الذي هو من أصول كوبية وأفريقية تتضمن غمس اللوحات بعد رسمها في سوائل إنسانية مثل الدم والبول والسائل المنوي وكان الهدف من اللوحة المثيرة للجدل حسب رأي الفنان هو "إظهار الطابع الإنساني للمسيح" وتربط المسيح مع الإنسان البسيط "الذي يقوم يومياً بعملية البول" إلا أن المعارضين اعتبروا هذه اللوحة إهانة شخصية للمسيح.

• رواية آيات شيطانية للروائي البريطاني سلمان رشدي: الشخصيتين الرئيسيتين في الرواية هما صلاح الدين جمجة الذي هو هندي عاش منذ صغره في المملكة المتحدة وانسجم مع المجتمع الغربي وتنكر لأصوله الهندية وجبرائيل فريشته الذي هو ممثل هندي متخصص بالأفلام الدينية وقد فقد إيمانه بالدين بعد إصابته بمرض خطير حيث لم تنفعه دعواته شيئاً للشفاء حيث يجلس الاثنان علي مقعدين متجاورين في الطائرة المسافرة من بومبي إلى لندن ولكن الطائرة تتفجر وتسقط نتيجة عمل تخريبي من قبل جماعات متطرفة وأثناء سقوط هذين الشخصيتين يحصل تغييرات في هيئتهم فيتحول صلاح الدين جمجة إلى مخلوق شبيه بالشیطان وجبرائیل فريشته إلى مخلوق شبيه بالملك. في أحد أحلام جبرائیل فرشته يرجع بنا سلمان رشدي إلى فترة صلح الحديبية ويبدأ فصل من الرواية بعنوان ماهوند وهذا الفصل من الرواية جرحت مشاعر المسلمين بصورة عميقة حيث يستند فصل في الرواية على رواية اجمع علماء المسلمين على عدم صحتها وهي الرواية التي وردت في سيرة الرسول حسب ابن إسحاق وفيها يذكر ابن إسحاق أن الرسول وأثناء نزول سورة النجم عليه همس له الشيطان بهذه الكلمات "تلك الغرائق العلى وإن شفاعتهن لترتجى" والآيات المقصودة هنا هي الآيات 18 و 19 من سورة النجم التي تنص على "أَفَرَأَيْتُمُ اللَّاتَ وَالْعُزَّىٰ، وَمَنَاةَ الثَّالِثَةَ الْأُخْرَىٰ، أَلَكُمُ الذَّكَرُ وَلَهُ الْأُنثَىٰ" وحسب الرواية فانه هنا همس الشيطان بهذه الكلمات "تلك الغرائق العلى وإن شفاعتهن لترتجى" وهذا يعني انه تم ذكر تلك الأصنام بخير في القرآن وفي هذا إشارة على أن الرسول حاول بطريقة أو بأخرى تقليل معاداة أهل مكة لدعوته وكف الأذى عن أتباعه بذكر آلهة مكة بخير حيث يزعم البعض انه بعد هذه الحادثة ساد الوئام بين الرسول محمد ومعارضيه السابقين من أهل مكة حتى بلغ الأمر أن بعض المسلمين الذين كانوا مهاجرين إلإلحباشة هربا من قمع

أهل مكة قد قرروا الرجوع هذه الرواية يعتبره المسلمون أحد الحلقات في سلسلة تاريخ الإساءة إلى شخصية الرسول محمد.

- فلم الخضوع Submission للمخرج الهولندي ثيو فان غوخ الذي قتل في 2 نوفمبر 2004 على يد محمد بويري الدانماركي من أصل مغربي لإخراجه هذا الفيلم القصير (10 دقائق) وكان الفيلم عن ما حاول المخرج أن يصوره كسوء معاملة المرأة في الإسلام وربطه بنصوص من القرآن. وكان سيناريو الفيلم مكتوبا من قبل آيان حרصي علي عضوة البرلمان في هولندا وهي من مواليد الصومال التي حاولت أن تنقل فكرة مفادها أن المرأة في العالم الإسلامي معرضة للجلد إذا أقامت علاقة بصورة خارج إطار الزواج، الاغتصاب من قبل أفراد العائلة وعدم جواز مناقشة ذلك بسبب قوامة الرجل على المرأة. وإجبارها على الزواج من الرجال المسلمين الذين تفوح رائحتهم والذين يقومون بضربهم بناء على تعليمات القرآن. وتم ربط المشاهد بآيات من القرآن ويظهر في الفيلم أربعة نساء شبه عاريات وقد كتب على أجسادهن آيات من القرآن بعد عرض الفيلم تلقى ثيو فان غوخ العديد من رسائل التهديد ولكنه رفض أن يأخذها بمحمل الجد ورفض أي نوع من الحماية إلى أن تم إطلاق 8 رصاصات عليه في 2 نوفمبر 2004 في أمستردام وتم قطع رقبته وطعنه في الصدر من قبل على محمد بويري الهولندي من أصل مغربي. وقام بويري بوضع بيان من 5 صفحات على الجثة وفي البيان تهديد للحكومات الغربية واليهود وآيان حרصي علي كاتبة السيناريو وأدت هذه الحادثة إلى ضجة كبيرة ومناقشات حادة حول مصير أكثر من مليون مسلم في هولندا وبدأت بعض المنظمات تحذر مما أسمته "المهد الإسلامي" في هولندا وكيف أن نسبة الولادة بين المسلمين هي أعلى من نسب غير المسلمين مما سيؤدي حسب تعبير تلك المنظمات إلى "جعل المواطنين الأصليين أقلية في المستقبل".

- مسرحية "بيهزتي" Behzti التي تعني باللغة البنجابية العار وحبكة المسرحية عبارة عن الجنس والقتل في معبد لأتباع الديانة السيخية. والمسرحية من تأليف الكاتب البريطاني من أصول سيخية كوربريت بهاتي Gurpreet Kaur Bhatti وأحدثت المسرحية ضجة كبيرة في ديسمبر 2004 في ليلة الافتتاح نتيجة لاحتجاج أتباع الديانة السيخية وكان الاحتجاج لمشاهد في المسرحية تصور حادثة اغتصاب وقتل في أحد المعابد السيخية وتم إلغاء العرض إلا أن 700 فنانا قاموا بحملة تضامن مع كاتب المسرحية.
- فيلم 'دوغما' Dogma من إنتاج سنة 1999 وهو فيلم كوميدي عن الكنيسة الكاثوليكية وقد أدى هذا الفيلم إلى العديد من الاحتجاجات المنظمة في العديد من الدول وتهديدات لقتل المخرج كيفن سميث Kevin Smith ويتحدث الفيلم عن ملاكين عاقباهما الخالق بالبقاء للأبد في ولاية وسكونسن. الفكرة الرئيسية في الفيلم هو انه يجب التمييز بين الإيمان بدين معين والعقيدة الدينية التي يمكن تعريفها بالاعتقاد بان أي نص ديني مكتوب من قبل ما يعتبره أتباع ديانة معينة خالق الكون يجب أن يطبق بحذافيره. وينتقد الفيلم استعمال الدين لتبرير العنف والعنصرية وعقوبة الأفراد لسبب ميولهم الجنسية والفيلم يحاول أن يقول بان "الفردوس هو للجميع وليس حكرا على دين معين" وإذا كان الشخص "طيبا" فانه سيدخل الفردوس بغض النظر عن دينه وعرقه وميوله الجنسية.
- الضجة السياسية والاقتصادية والدينية التي أحدثها نشر رسوم كارتونية مسيئة للنبي محمد في صحيفة يولاندس بوستن الدانماركية في 30 سبتمبر 2005.

الفصل التاسع
وثيقة حقوق الطفل
الصيغة المبسّطة لاتفاقية حقوق الطفل

الفصل التاسع

وثيقة حقوق الطفل

الصيغة المبسطة لاتفاقية حقوق الطفل

تهدف الاتفاقية إلى وضع معايير للدفاع عن الأطفال ضد الإهمال والإساءة اللذين يواجهونهما، بصورة يومية وبدرجات متباينة، في جميع البلدان. وتحرص الاتفاقية على إفراح المجال للفروق الثقافية والسياسية وللأختلافات المادية بين الدول. أما أكثر الاعتبارات أهمية فهو مصلحة الطفل الفضلى. ويمكن تقسيم الحقوق التي نصت عليها الاتفاقية إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

التمتع:

الحق في التملك، وفي تلقي أشياء أو خدمات بعينها أو الحصول عليها (الاسم والجنسية، الرعاية الصحية، التعليم، الراحة واللعب، رعاية المعوقين والأيتام).

الحماية:

الحق في الحماية من الأفعال والممارسات المؤذية (الفصل عن الوالدين، الانخراط في الأعمال الحربية، الاستغلال التجاري أو الجنسي، الإساءة البدنية أو النفسية).

المشاركة:

حق الطفل في أن يُسمع رأيه لدى اتخاذ قرارات تؤثر على حياته. ومع تطور قدراته، ينبغي للطفل أن يحصل، باطّراد، على فرص للمشاركة في نشاطات مجتمعه تهيئه له للاندماج في حياة الكبار (حرية القول وإبداء الرأي، النشاط الثقافي والديني واللغوي).

الديباجة:

تحدد الديباجة الإطار الذي سيتم على أساسه تفسير المواد الأربع والخمسين للاتفاقية. وتأتي الديباجة على ذكر النصوص الرئيسية السابقة للاتفاقية والصادرة عن الأمم المتحدة، والتي تؤثر بصورة مباشرة على الأطفال: أهمية الأسرة في التطور المتسق

للطفل؛ وأهمية الضمانة والرعاية الخاصتين، بما في ذلك الحماية القانونية المناسبة قبل الولادة وبعدها؛ وأهمية التقاليد والقيم الثقافية لكل شعب في نمو الطفل.

المادة 1: تعريف الطفل

كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه.

المادة 2: عدم التمييز

يجب أن تُمنح جميع الحقوق إلى كل طفل بلا استثناء. وعلى الدولة أن توفر لكل طفل، بلا استثناء، الحماية من جميع أشكال التمييز.

المادة 3: مصالح الطفل الفضلى

في جميع الإجراءات التي تتعلق بالأطفال، يولى الاعتبار الأول لمصالح الطفل الفضلى.

المادة 4: تطبيق الحقوق

تلتزم الدول الأطراف بضمان تطبيق الحقوق الواردة في الاتفاقية.

المادة 5:

الوالدان، الأسرة، حقوق المجتمع والمسؤوليات

تحتزم الدول الأطراف دور الوالدين والأسرة في تربية الطفل.

المادة 6: الحياة والبقاء والنمو

للطفل حق أصيل في الحياة، وتكفل الدولة بقاء الطفل ونموه.

المادة 7: الاسم والجنسية

للطفل الحق في أن يكون له اسم منذ ولادته، وله الحق في اكتساب جنسية وفي معرفة والديه وتلقي رعايتهما.

المادة 8: المحافظة على الهوية

تتعهد الدولة بتقديم المساعدة للطفل من أجل إعادة إثبات هويته إذا حُرِم منها بطريقة غير شرعية.

المادة 9: عدم فصل الطفل عن والديه

تحتزم الدول الأطراف حق الطفل المنفصل عن والديه في الاحتفاظ بعلاقة منتظمة معهما. وفي الحالات التي ينجم فيها هذا الفصل عن الاعتقال أو السجن أو الوفاة، يتعين على الدولة الطرف تقديم المعلومات للطفل أو الوالدين حول مكان وجود عضو الأسرة المفقود.

المادة 10: جمع شمل الأسرة

تنظر الدول الأطراف في الطلبات التي يقدمها الطفل أو والده لدخول دولة طرف أو مغادرتها بقصد جمع شمل الأسرة بطريقة إنسانية. وللطفل الذي يقيم والداه في دولتين مختلفتين الحق في الاحتفاظ بعلاقات منتظمة بكليهما.

المادة 11: لا مشروعية نقل الأطفال وعدم عودتهم تتخذ الدول الأطراف تدابير لمكافحة خطف الأطفال من قبل أحد الشريكين، أو من قبل طرف ثالث.

المادة 12: التعبير عن الرأي

تكفل الدول الأطراف للطفل حق التعبير عن آرائه، وتُولى آراءه الاعتبار الواجب.

المادة 13: حرية التعبير والمعلومات

للطفل الحق في طلب مختلف أنواع المعلومات وتلقّيها وإذاعتها بأشكال مختلفة، بما في ذلك الفن والطباعة والكتابة.

المادة 14: حرية التفكير والضمير والدين

تحتزم الدول الأطراف حقوق وواجبات الوالدين في توجيه الطفل في ممارسة حقه بطريقة تنسجم مع قدرات الطفل المتطورة.

المادة 15: حرية الاشتراك في الجمعيات

تعترف الدول الأطراف بحقوق الطفل في حرية تكوين الجمعيات والانضمام إليها وفي حرية الاجتماع السلمي.

المادة 16: الخصوصية والشرف والسمعة

لا يجوز التدخل في حياة الطفل الخاصة أو أسرته أو مراسلاته.

المادة 17: الحصول على المعلومات والاتصال بوسائل الإعلام تضمن الدول الأطراف إمكانية حصول الطفل على المعلومات من شتى المصادر. وينبغي إيلاء عناية خاصة لحاجات الأقليات التي ينتمي إليها الطفل، وتشجيع وضع مبادئ توجيهية بشأن حماية الأطفال من المعلومات والمواد الضارة بمصلحتهم.

المادة 18: مسؤولية الوالدين

يتحمل كلا الوالدين مسؤوليات مشتركة عن تربية الطفل، وعلى الدول الأطراف أن تقدم المساعدة للوالدين في الاضطلاع بمسؤولية تربية الأطفال.

المادة 19: الإساءة والإهمال (سواء في إطار الأسرة أو برعاية جهة أخرى) يجب على الدول الأطراف حماية الأطفال من جميع أشكال الإساءات. وعليها أن توفر البرامج الاجتماعية والخدمات المساندة لتحقيق ذلك.

المادة 20: الرعاية البديلة في غياب الوالدين

تضمن الدول الأطراف رعاية بديلة للطفل وفقاً لقوانينها الوطنية، وعليها أن تولي الاعتبار الواجب لإتاحة الاستمرارية في خلفية الطفل الدينية والثقافية واللغوية والإثنية لدى توفير الرعاية البديلة.

المادة 21: التبني

تضمن الدول الأعضاء أن تكون الهيئات المختصة وحدها هي المخولة بالتبني ولا يُسمح بتبني طفل في بلد آخر، إلا إذا تعذرت العناية به بأي طريقة ملائمة في وطنه.

المادة 22: الأطفال اللاجئون

يجب أن توفر الدول الأعضاء حماية خاصة للأطفال اللاجئين. ولتحقيق هذا الغرض، عليها أن تتعاون مع الوكالات الدولية، وأن تعمل على جمع شمل الأطفال المفصولين عن أسرهم.

المادة 23: الأطفال المعوقون

تتعترف الدول الأطراف بحق الطفل المعوق في الحصول على رعاية خاصة وعلى التعليم، وفي التمتع بحياة كاملة كريمة.

المادة 24: الرعاية الصحية

تتعترف الدول الأطراف بحق الطفل في الحصول على خدمات الرعاية الصحية الوقائية والعلاجية، فضلاً عن إلغاء الممارسات التقليدية التي تضر بصحة الطفل، على نحو تدريجي.

المادة 25: المراجعة الدورية

تتعترف الدول الأطراف بحق الطفل الذي تُودعه السلطات المختصة لأغراض الرعاية أو الحماية أو المعالجة، في إجراء مراجعة دورية لأوضاعه.

المادة 26: الضمان الاجتماعي

لكل طفل الحق في الانتفاع من الضمان الاجتماعي.

المادة 27: مستوى المعيشة

يتحمل الوالدان المسؤولية الأساسية عن تأمين ظروف المعيشة الكافية لنمو الطفل، حتى عندما يكون أحد الوالدين مقيماً في دولة أخرى غير الدولة التي يعيش فيها الطفل.

المادة 28: التعليم

تتعترف الدول الأطراف بحق الطفل في التعليم الابتدائي المجاني وفي توفير التعليم المهني، وبضرورة اتخاذ تدابير للتقليل من معدلات التسرب من المدارس.

المادة 29: أهداف التعليم

يجب أن يكون التعليم موجهاً نحو تنمية شخصية الطفل ومواهبه وإعداده لحياة تستشعر المسؤولية واحترام حقوق الإنسان والقيم الثقافية والوطنية لبلد الطفل والبلدان الأخرى.

المادة 30: أطفال الأقليات والسكان الأصليين

يحق للطفل الذي ينتمي إلى أقليات أو إلى السكان الأصليين التمتع بثقافته واستخدام لغته.

المادة 31: اللعب والترفيه

للطفل الحق في اللعب ومزاولة الأنشطة الترفيهية والمشاركة في الحياة الثقافية والفنية.

المادة 32: الاستغلال الاقتصادي

للطفل الحق في الحماية من جميع أشكال العمل التي تلحق به الضرر ومن الاستغلال الاقتصادي.

المادة 33: المواد المخدرة

تتخذ الدول الأطراف التدابير المناسبة لوقاية الأطفال من الاستخدام غير المشروع للمواد المخدرة والمواد المؤثرة على العقل، ومنع استخدام الأطفال في إنتاج مثل هذه المواد وتوزيعها.

المادة 34: الاستغلال الجنسي

تتعهد الدول الأطراف بحماية الأطفال من الاستغلال الجنسي، بما في ذلك الدعارة، واستخدامهم في المواد الخلاعية.

المادة 35: الاختطاف والبيع والاتجار

تلتزم الدول الأطراف بمنع اختطاف الأطفال أو بيعهم أو الاتجار بهم.

المادة 36: أشكال الاستغلال الأخرى

ينبغي حماية الأطفال من جميع أشكال الاستغلال الضارة برفاه الطفل.

المادة 37: التعذيب وعقوبة الإعدام والحرمان من الحرية لا يُعرض أي طفل للتعذيب

أو الإعدام أو السجن مدى الحياة.

المادة 38: النزاعات المسلحة

تضمن الدول الأطراف ألا يشترك الأشخاص الذين لم يبلغوا سن الخامسة عشرة اشتراكاً مباشراً في الحرب، كما تمتنع عن تجنيد أي شخص لم يبلغ الخامسة عشرة.

المادة 39: التعافي وإعادة الاندماج

تلتزم الدول الأطراف بإعادة التأهيل التربوي والاندماج الاجتماعي للطفل الذي يقع ضحية للاستغلال أو التعذيب أو النزاعات المسلحة.

المادة 40: قضاء الأحداث

يحق لكل طفل يُتهم بانتهاك قانون العقوبات أن يعامل بطريقة تتفق مع رفع درجة إحساسه بكرامته.

المادة 41: حقوق الطفل في الصكوك الأخرى

ليس في هذه الاتفاقية ما يمس حقوق الأطفال في القوانين الدولية الأخرى.

المادة 42: نشر الاتفاقية

تتعهد الدول الأطراف بنشر مبادئ الاتفاقية وأحكامها بين البالغين والأطفال على السواء.

المادة 43-54: التطبيق

تنص هذه المواد على ضرورة تشكيل لجنة معنية بحقوق الطفل تضطلع بمهمة الإشراف على تطبيق هذه الاتفاقية.

الفصل العاشر
دور الإعلام في تنشئة الأجيال

الفصل العاشر

دور الإعلام في تنشئة الأجيال

أولاً: الإعلام وأهميته:

لعل أبرز مظاهر عصرنا الراهن أنه عصر ثورة المعلومات والاتصالات، هذه الثورة التي تركت علامة فارقة في تاريخ الحضارة البشرية وتقدم الإنسان. وقد تميزت ثورة المعلومات هذه بظهور قنوات اتصال جديدة لا تعرف حدوداً ولا حواجز، فظهور البث الفضائي والانترنت والاتصالات الفضائية، حولت العالم إلى ما يشبه القرية الصغيرة هذه المستجدات جعلت العالم أمام صناعة جديدة، إنها صناعة الإعلام، وأصبح الإعلام عصب التطور في عصرنا الراهن. من هنا يبرز دور الإعلام في مجتمعنا العربي الذي لم يقدم الكثير في ثورة المعلومات والاتصالات هذه، بقدر ما كان مستهلكاً ومستورداً لهذه التقنيات ومن المؤسف القول بأن وسائلنا الإعلامية لم تتمكن من أداء دورها المطلوب في التربية والتنشئة

1- تعريف الإعلام:

الإعلام لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين

التعريف: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر

2- وظيفة الإعلام:

- 1- الأخبار
- 2- الإعلام والتعليم
- 3- ترابط المجتمع ونقل تراثه
- 4- الترفيه
- 5- الرقابة
- 6- الإعلان والترويج.

7- تكوين الآراء والاتجاهات.

3- أهمية الإعلام:

(له أهمية كبرى على مستوى: الفرد، الأسرة، المجتمع، الدولة، الأمة، العالم. وفي جميع مرافق الحياة الإنسانية: التربوية، والثقافية، والاجتماعية، والصحية، والإقتصادية، والسياسية، وغيرها)

- وسائل الإعلام جزءاً رئيساً في حياتنا اليومية.
 - اقوى ادوات الاتصال العصرية التي تعين الفرد على معايشة العصر والتفاعل معه
 - من أهم الوسائل الحديثه في مخاطبة المجتمعات الانسانية.
 - ترجمة التوجهات الاجتماعيه بمختلف المشارب الفكرية وتفعيل الحراك السياسي والمشهد الثقافي والنتاج الفكري والابداعي.
 - شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من اجل تهيئته اعلاميا.
 - بناء الدول اقتصاديا، واجتماعيا، وسياسيا وثقافيا وفكريا.
 - التأثير على القضايا السياسية والإقتصادية والثقافية والفكرية.
 - العلم بما يجري في العالم من أخبار وأحداث وتطورات والتفاعل معها.
 - التبادل الثقافي والحضاري والمعرفي بين الدول والشعوب والتفاعل فيما بينها.
 - بناء القناعات والاتجاهات والمعتقدات عند الأفراد والجماعات.
 - في القرن الحادي والعشرون أصبحت الكلمة الاولى للإعلام في ظل ثورة الاتصال والمعلومات.
- ثانيا: دور الإعلام في تنشئة الأجيال:

لا يختلف اثنان على أهمية الدور الفاعل لكافة وسائل الإعلام في تنشئة الأجيال وإنما الاختلاف حول: متى يبدأ الدور الحقيقي لمؤسسات ووسائل الاعلام المختلفة في مجال اهتمامها بالناشئة؟

سؤال يتردد كثيراً، خصوصا بين المهتمين بأمر الطفل، والمشتغلين ببحوث الاعلام، فهناك من يري أن الدور الحقيقي لوسائل الاعلام يبدأ مع الطفل عندما يصل الي مرحلة

الادراك، وفريق آخر يعتقد ان هذا الدور يسبق هذه المرحلة بكثير، اذ يتبدى من مرحلة تعليم وتثقيف الوالدين، حول الكيفية التي تساعدتهما في انجاب طفل معافي، عند حدوث الحمل وتمتد بعد ذلك ادوار وسائل الاعلام في توجيه الابوين حتي تصل الي المرحلة التي تخاطب فيها الطفل مباشرة.

وهنا تبرز أهمية البرامج الاعلامية الموجهة للطفل بتأثيرها الكبير واسهامها الفاعل في تكوين الطفل، ومن ثم الاسهام في بلورة اتجاهاته وقدراته وسلوكه بما يخدم أهداف المجتمع. المؤثرات (التربوية) على الناشئة:

(المنزل، المدرسة، الشارع، المجتمع، وسائل الإعلام)

● وسائل الإعلام: هي ادوات التواصل الجماهيرية بين النشئ والعالم الخارجي وقد تطورت بصورة مذهلة في السنوات الأخيرة - خصوصا في الجانب المرئي - وتوفرت العديد من الخيارات، لدرجة أن نجد كثيرا من الاطفال جلّ مادته المعرفية وثقافته الشخصية مصدرها وسائل الاعلام ولذلك يمكن تصنيف وسائل الاعلام بأنها المؤثر الأول والأقوى على الطفل.

● الإعلام اليوم مؤثر هائل في تكوين الأبناء، لما يتمتع به من حضور وجاذبية واتقان والمشكل أن الأطفال لا يتعرضون لتأثير إعلام واحد صادر عن جهة واحدة

● الوسائل الإعلامية تنتمي إلى أكثر من (130) بلداً في العالم، وهي تعكس ثقافات وديانات وتطلّعات متباينة أشدّ التباين. وإن نسبة غير قليلة من الناس قد أسلمت أبناءها للفضائيات من غير قيود تُذكر، ولهذا فإن ما يقوله الأبوان بات يُفهم لدى هؤلاء الأبناء في ضوء الخلفية الثقافية العميقة التي بناها الإعلام

● أصبحت المادة الإعلامية الموجهة للناشئة من أخطر الصناعات الإعلامية في العصر الحالي، ومن أكثر الصناعات التي تشهد إقبالا من طرف المستثمرين وشركات الانتاج العالمية، نظرا لما تدره من أرباح كبيرة بسبب استهدافها شريحة واسعة هي شريحة الاطفال والشباب

● بفضل انتشار الفضائيات وظهور شبكة الانترنت وعوامة الصوت والصورة أصبح إعلام الطفل يشهد تناميا ملحوظا، وصار أكثر قربا من الطفل داخل البيت، وقد حمل هذا الانتشار السريع معه أساليب جديدة وأكثر تطورا لاستمالة الطفل والسيطرة على عقله وسلوكياته

● التوسع المذهل في تجارة التسلية الموجهة للاطفال يخفي الكثير من المخاطر والسلبيات، فجل الشركات المنتجة والعاملة في هذا القطاع هي شركات غربية توجه نشاطها ثقافة غربية وفهم غربي لمعاني التسلية واللعب والترفيه والترفيه

● أجهزة الإعلام تلقي بظلالها على الطفل المعاصر إيجاباً أو سلباً، حتى أنه يصعب عليه أن يفلت من أسارها وتحاول أن ترسم له طريقاً جديداً لحياته

● خلاصة القول أن لوسائل الإعلام تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية على الكبار وعلى الصغار يمكن ايجازها فيما يلي:

- الإيجابية: (أشرنا إليها عند الحديث عن أهمية الإعلام)

- السلبية:

آثار وسائل الإعلام السلبية التي تنعكس على النشئ لا تقتصر على جانب واحد بل تتعدى ذلك إلى جوانب عديدة:

1- الاعتقادية (الدينية).

2- لأخلاقية.

3- الاجتماعية.

4- الأمنية.

5- الصحية

1- كيفية تأثير وسائل الإعلام على الناشئة:

(أ) التأثير الآتي:

وهو التأثير المباشر في نفس الطفل ويتكون عندما تكون الرسالة جديدة كلياً عليه او تحوي كم كبير من الإثارة والتشويق.

(ب) التأثير التراكمي

وهو الأشهر والأعم وذو الأثر البعيد لنفس الطفل حين يتعرض الطفل لرسائل متقاربة في أزمته مختلفة وبشكل متدرج ومن خلال أكثر من صورة وطريقة مما يرسخ في نفسه تماماً الأفعال والأقوال التي ذكرت له

2- مدى تأثير الإعلام على الناشئة:

تؤثر وسائل الإعلام على الطفل بحسب اربعة عوامل:

1) نوعية الوسيلة وقوتها ومدى انجذاب الطفل إليها وهي مرتبة بحسب نسبة تأثيرها كالاتي:

أ- السمععية البصرية (التلفاز،السينما،الفيديو) وهي تمثل أعلى نسبة (60-70%)

ب- التفاعلية (العباب الكمبيوتر) وهي تمثل ما نسبته (20-30%)

ج- السمععية (الإذاعة - الكاسيت) وهي تمثل ما نسبته (10-20%)

د- البصرية (المقروءة) (المجلات - الكتب - القصص) تمثل (10-20%)

2) عمر الطفل وخلفيته الثقافية وبيئته الاجتماعية

3) نوعية الرسالة للطفل من خلال المادة الإعلامية المقدمة، و تعتبرهذه أهم قضية فالطفل

مستقبل جيد لكل ما يرسل له خصوصاً إذا صاحب المادة تشويق وإثارة للطفل.

4) الوقت الذي يقضيه مع وسائل الاعلام والتي تقدر (5-6 ساعات يوميا)

وعلى هذا فإن تأثير الإعلام - تربوياً- على الطفل يشكل نسبة تقارب 35-40%

3- العلاقة بين الاعلام والتربية:

"لقد اتّسمت العلاقات القائمة بين المؤسسة التربويّة ووسائل الاتصال بشيء من التصادم. ووضعت وسائل الإعلام في قفص الاتهام ولم يكن أغلب رجال التربية ينظرون بعين راضية إلى تعامل التلميذ مع وسائل الإعلام. كما كانت صورة الثقافة التي تروّجها وسائل الإعلام سلبية بالنسبة لأغلب المربين الذين يعتبرون هذه الثقافة سطحية ومبتذلة إن دور المؤسسة الإعلامية لا يقلّ قيمة عن دور المؤسسة التربوية في التنشئة الاجتماعية للفرد، إلى جانب المؤسسة العائلية. كما أن الوقت الذي يقضيه الطفل أو الشاب في تعامله مع وسائل الإعلام لا يقلّ أهمية عن الوقت الذي يقضيه في المدرسة، كما أن التعلّم عبر وسائل الإعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين التعلّم والترويح عن النفس. لذلك فإنّ المدرسة ووسائل الإعلام يخدمان نفس الأغراض التربويّة.

4- المحتوى التربوي في الإعلام:

يمكن ان يصاغ المحتوى التربوي من خلال:

○ القصة: (المحكية - المقروءة - المصورة) - التوجيهات المختصرة المباشرة - الدراما

○ الالعاب - المواقف التمثيلية - الأناشيد - الألعاب (الكمبيوتر)

5- كيفية الإستفادة من الإعلام في خدمة الجانب التربوي لدى الناشئة؟

يمكن أن يتم ذلك من خلال:

■ تحديد الرسالة

■ اختيار القنوات المناسبة للعرض

■ المواءمة مع البرامج التربوية في المدرسة

■ أوقات الاستقبال الإعلامي المناسب للطفل

■ حماية الطفل من الإعلام السلبي قدر الإمكان

■ تطوير برامج إعلامية (متلفزة) لخدمة الجانب التربوي

■ التنويع في المواد الإعلامية المقدمة للطفل

■ الاهتمام بالمستوى الفني وطرائق العرض للمواد الإعلامية

■ صياغة بعض البرامج الإعلامية داخل المؤسسات التعليمية والتربوية

6- الناشئة والتلفزيون:

يؤكد علماء النفس انه كلما ازداد عدد الحواس التي يمكن استخدامها في تلقي فكرة معينة ادى ذلك الى دعمها وتقويتها وتثبيتها في ذهن المتلقي، وتشير بعض نتائج البحوث الى ان 98 في المئة من معرفتنا نكتسبها عن طريق حاستي البصر والسمع وان استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة 35 في المئة عند استخدام الصورة والصوت، وان مدة احتفاظه بهذه المعلومات تزداد بنسبة 55 في المئة.

ويقول علماء النفس أن التلفزيون يأتي في علم التربية الحديثة بعد الأم والأب مباشرة وبات من المؤكد تأثير التلفزيون على سلوكيات الأطفال طبقاً لجميع الأبحاث العلمية في هذا المجال، واصبح من المستحيل الاعتماد على الوسائل القديمة في التربية والتنشئة والتوجيه، ولم يعد ممكناً منع الأطفال من مشاهدة التلفزيون أو هذا الكم الهائل من البرامج والأفلام التي تشكل الآن أحد المراجع الأساسية في سلوك وتفكير وتربية وتعليم الطفل

لاشك أن للتلفزيون آثار سلبية وأخرى ايجابية في حياة الطفل، حيث أن الأفلام التي تعرض في التلفزيون تنقل الأطفال الى دنيا بديلة وقد تكون قريبة من دنيا الطفل بعض القرب، وقد تكون بعيدة عنها، وقد يحيا الطفل بعض الوقت أو يحلم بها أو ينفر منها أو يخافها، وقد أشارت الكثير من الدراسات والبحوث التي تربط بين بعض "جرائم" الأطفال وبين بعض الأفلام التلفزيونية إلى أن للأفلام دوراً مباشراً في تلك الجرائم

"يقول الباحث الإنجليزي هال بيكر المتخصص في غسيل الأدمغة عن طريق التلفزيون أن غسيل الأدمغة يجري عن طريق (سوفت باور) أي قوة الأفكار والصور والتأثيرات التلفزيونية والالكترونية. وفن غسيل الأدمغة بواسطة التلفزيون يجري من خلال قوة «الإيحاء» وتلعب قوة الاعتقاد عليه بشكل تدريجي بعد تواصل الإدمان عليه

قابلية لدى الجمهور في تقبل ما يعرض من صور وأخيلة كواقع. فما يوحى به التلفزيون على أنه «الواقع» يتحول إلى واقع في أذهان المدمنين الملتقين.

لقد بات التلفزيون عنصراً شديداً التأثير في تحديد عناصر خيال الطفل وقيمه حيث أن الوالدان لا يستطيعان إبعاد تأثير التلفزيون عن أطفالهم لأنهم بأنفسهم أصبحوا متعلقين به إن الصورة المتحركة المصحوبة بالصوت في المراحل المبكرة للطفل التي يخرزنها تصبح فيما بعد رصيده الثقافي والوجداني والشعوري إن سحر التلفزيون (والفيديو) يفوق تأثير أي أداة إعلامية أخرى خصوصاً مع التطور في فنون العرض واستخدام المؤثرات السينمائية (أفلام D3) الحديثة ومع الوقت يتحول الإبهار البصري إلى إبهار معرفي وثقافي يجعل الطفل يتقبل جل ما يصاحب المادة التلفزيونية من توجيهات وسلوكيات.

7- وسائل إعلام الطفل في الوطن العربي

"إن واقع إعلام الطفل العربي ليس على المستوى الذي يمكنه من القيام بدوره في تربية وإعداد الطفل العربي، وتثقيفه، وإن خطورة التقصير في وسائل الإعلام العربية تجاه الطفل العربي تكمن في أنها تفتح الباب أمام وسائل الإعلام والثقافة الغربية التي تغزو مجال إعلام الطفل العربي، مما يكون له أسوأ الأثر في تشكيل شخصية الأطفال العرب وقيمهم وعقيدتهم الكتاب: يتميز كتاب الطفل العربي بالاتي:

- قلة العدد: كل 100 طفل يشتركون في نسخة واحدة من كتاب واحد في السنة أي أن نصيب الطفل الواحد لايزيد عن بضعة أسطر سنوياً.
- غياب المتخصصين في الكتابة للأطفال.
- ندرة المكتبات والدور المتخصصة بنشر كتاب الطفل.
- ضعف الإخراج الفني.
- قلة الكتب المترجمة الهادفة.
- ندرة معارض الكتاب المتخصصة بالطفل.
- تغييب ثقافة الإبداع والابتكار .

- غياب الأهداف التربوية في الكثير من كتب الأطفال.

مجلات الأطفال: تتميز المجلات العربية:

● القلة العددية

ما يقارب 80 مليون طفل (6-14) سنة تخدمهم 15 مجلة بمتوسط 20.000 نسخة (لا تتجاوز 400.000 نسخة بأي حال: كل 200 طفل يشتركون في نسخة واحدة من عدد واحد من مجلة واحدة!!)

● ضعف المحتوى:

50% مادة ترفيهية بحتة (تختلف من مجلة لأخرى)

25% مادة تعليمية / تربوية (تميل للسوء والانحراف في الكثير منها)

25% مادة محايدة ثقافية عامة

● قلة الجيد من المجلات (لا يتجاوز 20% من المتاح في السوق)

● قلة المادة التربوية والدينية (لا تزيد عن 10%) في اغلب المجلات

● غياب التوجيه السلوكي الإسلامي

● تقديم القدوات السيئة

● إهمال المستوى العقلي والنفسي فالكثير من القصص والمغامرات تتجاوز مستوى

الأطفال وأعمارهم

● كثرة المواد المترجمة من مجلات أجنبية دون انتقاء

● عدم التكامل مع برامج المدرسة التعليمية

● قلة المتخصصين في ميدان الكتابة والرسوم الفنية

● إهمال قضايا العقيدة

● سيطرة المادة الترفيهية على صفحات المجلة

● عدم تقديم القدوات الصالحة وبطريقة مناسبة

التلفزيون:

ما يقارب خمسين قناة تلفزيونية للأطفال في أوروبا مقابل خمسة في العالم العربي، إحداهما عربية بالكامل وثانية كرتون ياباني مدبلج (في الغالب) وثالثة منوعات سطحية ورابعة ذات مهنية عالية لكن مع غياب المضمون التربوي وخامسة محافظة (مشفرة) (المجد) لكنها متواضعة فنيا ومهنية.

يقلل البعض من الآثار السلبية للقنوات الفضائية العربية على الأطفال ويتهمون من يتحدثون عن هذه الآثار بالمبالغة والتخويف اللذين لا مسوغ لهما ! وهؤلاء -مخطئون، فالآثار المحسوسة للبث التلفزيوني بعامة على الأطفال لم تعد مجالا للشك.

هل العلاج إذا أن نمنع بث القنوات الفضائية ونقفل أبوابنا دونه ربما كان هذا علاجاً ناجحاً للبعض، ولكنه علاج محدود لأن القادرين على تنفيذه قلة وسيواجهون عقبات كثيرة. ومع مرور الزمن يصبح مثل هذا العلاج غير ذي جدوى فالتقنيات تتطور حتى تستعصي على المنع، والسيل ينهمر تباعاً حتى لا تنفع معه سدود. وتلك حقيقة واقعية وقد لا نرضى بها، ولكن لابد من التعامل معها حتى نحسن المواجهة ونقلل من آثار الشر على أطفالنا.

8- واقع برامج الأطفال في القنوات العربية

- ندرة المادة الكرتونية الهادفة المناسبة للأطفال (تعد على اليدين).
- ندرة المسرحيات والمنوعات الهادفة والتربوية للأطفال.
- القلة العددية من حيث الساعات.
- اعتماد البرامج المستوردة (أكثر من 50%).
- اعتماد التوجيه المباشر في الغالب.
- قلة التشويق واعتماد النمطية.
- الاعتماد واسع النطاق على أفلام الكرتون وكأن هناك معادلة خاصة بهذا الجانب: تلفزيون + طفل = أفلام كرتون.

- احتواء الكثير من الأفلام الغربية على مشاهد لا تليق بالطفل وتؤثر على سلوكه.
- احتواء بعض أفلام الكرتون الغربية على شعوذة وانحرافات عقائدية فيما يتعلق بالخالق عز وجل.
- غياب البعد الأخلاقي في كافة ما يعرض من أفلام الكرتون الغربية انتشار العنف وثقافته في أغلب الكرتون.
- السينما: هناك شبه انعدام لسينما الأطفال (خلاف واقع سينما الكبار)، مع إنتاج محدود على شكل كرتون يقدم على شكل حلقات تلفزيونية، إضافة الى انعدام المسارح الخاصة بسينما الطفل.
- الإذاعة: ندرة برامج الأطفال في الإذاعات العربية.
- عدم وجود معدي برامج أطفال متخصصين.
- ضعف مستوى برامج الأطفال.
- نمطية البرامج واعتمادها غالباً على الأغاني.
- الاختيار غير الموفق غالباً لأوقات بث برامج الأطفال.
- أنتاج محدود على شكل كاسيت للأطفال يغلب عليه الأناشيد، (هناك بعض التجارب الجيدة مثل تجربة مؤسسة محسن للإنتاج).
- مسرح الطفل: له دور كبير في تنمية التفكير وتطوير مهارات الاتصال وزيادة الحصيلة المعرفية.
- واقعه: - عدم وجود مسارح خاصة بالأطفال في الأحياء وأحياناً كثيرة حتى في المدارس.
- عدم الاهتمام بفن التمثيل ودوره في تطوير قدرات الطفل المختلفة.
- تخلف صناعة الدمى وهي مكملة للمسرح.

الكمبيوتر والإنترنت وألعاب الكمبيوتر: يساعد في تطوير قدرات الطفل الذهنية والعقلية ويساعد في العملية التعليمية بشكل كبير كما يمكن إضافته للمؤثرات الإعلامية بحكم احتوائه على مواد ذات بعد ثقافي وتربوي.

واقعه: - الدخول البطيء للكمبيوتر في المدارس.

- ندرة برامج الكمبيوتر العربية الخاصة بالطفل.

- انعدام برامج الألعاب الالكترونية العربية.

- أقل من 1 % من مواقع الإنترنت العربية للأطفال 40% من مادتها قصصية وهي تفتقد للتفاعلية وتعتمد في كثير من الأحيان على المواقع الأجنبية.

10- تقييم المواد الإعلامية المقدمة للناشئة:

- قلة المواد الإعلامية المقدمة وبما لا يناسب مع عدد الأطفال في العالم العربي
- انخفاض المستوى الفني للمواد الإعلامية بسبب التكاليف العالية أو قلة الخبرات
- غياب الأهداف عن الكثير مما يقدم للأطفال والاكتفاء فقط بـ "ماذا يعجبهم؟"
- غلبة المواد المترجمة وخصوصاً في أفلام الكرتون (المدبلجة).
- اللغة العربية المقدمة من خلالها المواد المرئية ركيكة أو صعبة بالنسبة للناشئة.
- غلبة المواد الترفيهية وقلة المواد الجادة.
- غياب البرامج التي تعنى بإذكاء عقلية الطفل وتطوير مهاراته العلمية والفنية واليدوية وتحسين ملكة الإبداع والتفكير لديه.
- إشغال وقت الطفل قد يكون أفضل تسمية لمواد وبرامج التلفاز العربية.
- غلبة التهريج والإثارة المتكلفة في مواد الأطفال.
- التأثير بعقلية الغرب فيما يقدم من إنتاج محلي سواء في الأسلوب أو في حتى المحتوى.

- توجيه الطفل لاهتمامات ليست ضمن أولوياته.

- عدم ربط الطفل بخالقه كجزء من العقيدة التي يتربى عليها.

الفصل الحادي عشر
الأعلام والعملة الثقافية
(آثارها وأساليب مواجهتها)

الفصل الحادي عشر
الأعلام والعولمة الثقافية
(آثارها وأساليب مواجهتها)

- بيان إيجابيات وسلبيات العولمة في الجانب الثقافي.
 - إظهار آثار العولمة في الجانب الثقافي.
 - التعريف بأهداف ووسائل العولمة الثقافية.
 - توضيح دور المؤسسات الثقافية والعلمية في مواجهة أخطار العولمة الثقافية.
- اعتمد الباحث المنهج الوصفي والتحليلي، وذلك بجمع المعلومات من مصادرها، ومحاولة تحليلها للوصول إلى النتائج المرجوة. وقد جعل هذا البحث في مقدمة، وأربعة مطالب، المطلب الأول: تعريف العولمة لغة واصطلاحاً. المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات وآثار العولمة في الجانب الثقافي. المطلب الثالث: أهداف ووسائل العولمة. المطلب الرابع: دور المؤسسات الثقافية والعلمية في مواجهة أخطار وسلبيات العولمة الثقافية.
- يعتبر العالم الكندي "مارشال ماك لوهان" - من جامعة تورنتو - أول من أشار إلى مصطلح العولمة عندما صاغ في نهاية عقد الستينيات مفهوم القرية الكونية، ثم تبعه "زبيغنيو بريجنسكي" مستشار الرئيس الأمريكي كارتر (1977م - 1980م) الذي أكد على ضرورة أن تقدم أمريكا - التي تمتلك 65% من المادة الإعلامية على مستوى العالم - نموذجاً كونياً للحدث، يحمل القيم الأمريكية في الحرية وحقوق الإنسان.⁽¹⁾ انتشر استخدام

(1) العظم، صادق جلال: ما هي العولمة - ورقة بحث - مقدمة للمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1996م، العمر، معن خليل: قضايا اجتماعية معاصرة، دار الكتاب الجامعي - العين - الإمارات العربية، الطبعة الأولى 1421هـ - 2001م ص 91، الجميل سيار: العرب والعولمة، ندوة أقامها مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت - 1989م، ص 29.

مصطلح العولمة بعد ذلك في كتابات سياسية واقتصادية عديدة في العقد الأخير، وذلك قبل أن يكتسب المصطلح دلالات استراتيجية وثقافية مهمة من خلال تطورات واقعية عديدة شهدها العالم منذ أوائل التسعينات.

ولقد صدرت كثير من المؤلفات باللغات الأوروبية والعربية التي تتناول هذه الظاهرة، لدرجة أن المرء يكاد يحار في كيفية دراسة هذه الظاهرة والإلمام بموضوعها، خاصة أن كل كاتب أو متحدث يتناولها بالدراسة والتحليل من جانب معين مثل الجانب الاقتصادي أو الثقافي أو السياسي أو الإعلامي.

المطلب الأول: تعريف العولمة لغة واصطلاحاً

إن المهتمين بقضية العولمة متفقون تقريباً على أن الكلمة جديدة، ولكن ما تصفه ليس بجديد، بل يرى بعضهم أن السير نحوها بدأ منذ مئات السنين. ولقد أصبح مصطلح العولمة متداولاً منذ بداية التسعينات، وأصبح علماً على الفترة الجديدة التي بدأت بتدمير جدار برلين عام 1989م وسقوط الاتحاد السوفييتي وتفككه، وانتهت بتغلب النظام الرأسمالي الغربي على النظام الشيوعي، وانفراد الولايات المتحدة الأمريكية بقيادة العالم المعاصر. العولمة لغة:-

العولمة ثلاثي مزيد، يقال: عولمة على وزن قولبة، وكلمة "العولمة" نسبة إلى العالم - بفتح العين - أي الكون، وليس إلى العلم - بكسر العين - والعالم جمع لا مفرد له كالجيش والنفر، وهو مشتق من العلامة على ما قيل، وقيل: مشتق من العلم، وذلك على تفصيل مذكور في كتب اللغة. فالعولمة كالباعى في الشكل فهو يشبه (دحرجة) المصدر، لكن (دحرجة) رباعي منقول، أما (عولمة) فرباعي مخترع إن صح التعبير وهذه الكلمة بهذه الصيغة الصرفية لم ترد في كلام العرب، والحاجة المعاصرة قد تفرض استعمالها، وهي

تدل على تحويل الشيء إلى وضعية أخرى ومعناها: وضع الشيء على مستوى العالم، وأصبحت الكلمة دارجة على ألسنة الكتاب والمفكرين في أنحاء الوطن العربي.⁽¹⁾

ويرى الدكتور أحمد صدقي الدجاني أنَّ العولمة مشتقة من الفعل عولم على صيغة فوعل واستخدام هذا الاشتقاق يفيد أن الفعل يحتاج لوجود فاعل يفعل، أي أنَّ العولمة تحتاج لمن يعممها على العالم.⁽²⁾

وننبه إلى أنَّ مَجْمع اللغة العربية بالقاهرة قرَّر إجازة استعمال العولمة بمعنى جعل الشيء عالمياً.⁽³⁾

والعولمة ترجمة لكلمة Modularisation الفرنسية، بمعنى جعل الشيء على مستوى عالمي، والكلمة الفرنسية المذكورة إمَّا هي

ترجمة "Globalisations" الإنجليزية التي ظهرت أولاً في الولايات المتحدة الأمريكية، بمعنى تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل الكل. فهي إذا مصطلح يعني جعل العالم عالمًا واحدًا، موجّهًا توجيهاً واحدًا في إطار حضارة واحدة، ولذلك قد تسمى الكونية أو الكوكبية. ومن خلال المعنى اللغوي يمكننا أن نقول بأنَّ العولمة إذا صدرت من بلد أو جماعة فإنها تعني: تعميم نمط من الأنماط التي تخص ذلك البلد أو تلك الجماعة، وجعله يشمل الجميع أي العالم كله.

(1) الجابري، محمد عابد: العرب والعولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1998م ص 135. أحمد، عزت السيد: انهيار مزاعم العولمة، اتحاد الكتاب، دمشق 2000م، ص 12؛ باسيل، يوسف: حقوق الإنسان من العالمية الإنسانية والعولمة السياسية، مجلة الموقف الثقافي، العدد 10، 3 تموز عام 1997م، دار الشؤون الثقافية، بغداد، ص 17م.
(2) الدجاني، أحمد صدقي: مفهوم العولمة وقراءة تاريخية للظاهرة، صحيفة القدس، 1998/2/6م، ص 13.
(3) حجازي، محمود فهمي، مقال، مجلة الهلال مارس 2001م، عدد القاهرة، ص 87.

العولمة اصطلاحاً:

في الواقع يعبر مصطلح العولمة عن تطورين هامين هما:-

1- التحديث (Modernity)

2- الاعتماد المتبادل (Inter-dependence).

ويرتكز مفهوم العولمة على التقدم الهائل في التكنولوجيا والمعلوماتية بالإضافة إلى الروابط المتزايدة على كافة الأصعدة على الساحة الدولية المعاصرة.

لقد ظهرت العولمة أولاً كمصطلح في مجال التجارة والمال والاقتصاد، ثم أخذ يجري الحديث عنها بوصفها نظاماً أو نسقاً أو حالة ذات أبعاد متعددة، تتجاوز دائرة الاقتصاد، فتشمل إلى جانب ذلك المبادلات، والاتصال، والسياسة، والفكر، والتربية والاجتماع، والأيدولوجيا.⁽¹⁾ العولمة ذات مضامين سياسية بحتة، ولكن في الحقيقة تشمل مضامين سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وتربوية، ولقد فرضت العولمة نفسها على الحياة المعاصرة، على العديد من المستويات، سياسياً واقتصادياً، فكرياً وعلمياً، ثقافياً وإعلامياً، تربوياً وتعليمياً.⁽²⁾ والنظام العالمي الجديد: هو في حقيقة أمره وطبيعة أهدافه، نظامٌ صاغته قُوى الهيمنة والسيطرة لإحداث نمط سياسي واقتصادي واجتماعي وثقافي وإعلامي واحد وفرضه على المجتمعات الإنسانية كافة، وإلزام الحكومات بالتقيّد به وتطبيقه.⁽³⁾

(1) حقوق الإنسان من العالمية الإنسانية ص138.

(2) أبو زعور: محمد سعيد، العولمة، دار البيارق- عمان، الأردن، الطبعة الأولى-1418هـ- 1998م، ص 13، التوجيهي، عبد العزيز بن عثمان: العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو) الرياض. موقع إيسيسكو (www.isesco.org.ma/arabic) على شبكة المعلومات الدولية.

(3) العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي: مصدر سابق.

ولقد كثرت التعاريف التي توضح معنى العولمة، نذكر هنا بعضاً منها، ثمّ اذكر التعريف الذي أرى أنّه يعبر عن المعنى الحقيقي لظاهرة العولمة.

ومن هذه التعريفات:-

1- يقول الفيلسوف الفرنسي روجيه جارودي عن العولمة: "نظام يُمكن الأقوياء من فرض الدكتاتوريات اللاإنسانية التي تسمح بافتراس المستضعفين بذريعة التبادل الحر وحرية السوق".⁽¹⁾

2- ذهب كل من الألمانين "هانس بيترمارتن وهارالد شومان" صاحباً كتاب فخ العولمة إلى أنّ: "العولمة هي عملية الوصول بالبشرية إلى نمط واحد، في التغيير والأكل والملبس والعادات والتقاليد".⁽²⁾

3- يقول جيمس روزانو أحد علماء السياسة الأمريكيين عن العولمة: "إنّها العلاقة بين مستويات متعددة لتحليل الاقتصاد والسياسة والثقافة والأيدولوجيا، وتشمل: إعادة الإنتاج، وتداخل الصناعات عبر الحدود وانتشار أسواق التمويل، وتمائل السلع المستهلكة لمختلف الدول نتيجة الصراع بين المجموعات المهاجرة والمجموعات المقيمة".⁽³⁾

4- الكاتب الأمريكي "وليم جريدنر" في كتابه الصادر عام 1977م بعنوان (عالم واحد...مستعدون أم لا) وصف العولمة "بأنّها آلة عجيبة نتجت عن الثورة الصناعية والتجارية العالمية، وأنّها قادرة علي الحصاد وعلي التدمير، وأنّها تنطلق متجاهلة الحدود الدولية المعروفة، وبقدر ما هي منعشة، فهي مخيفة. فلا

(1) جارودي، روجيه: العولمة المزعومة - الواقع-الجذور - البدائل، تعريب الدكتور محمد السبيطي، دار الشوكاني للنشر والتوزيع، صنعاء-اليمن، 1998م، ص17.

(2) فخ العولمة:مصدر سابق، ص55-58.

(3) شومان، نعيمة:العولمة بين النظم التكنولوجية الحديثة، مؤسسة الرسالة، بيروت، الطبعة الأولى 1418هـ-1998م، ص40.

يوجد من يمسك بدفة قيادتها، ومن ثمّ لا يمكن التحكم في سرعتها ولا في اتجاهاتها".

5- "نظام عالمي جديد يقوم على العقل الإلكتروني، والثورة المعلوماتية القائمة على المعلومات والإبداع التقني غير المحدود، دون اعتبار للأنظمة والحضارات والثقافات والقيم والحدود الجغرافية والسياسية القائمة في العالم".⁽¹⁾

6- العولمة هي: "العملية التي يتم بمقتضاها إلغاء الحواجز بين الدول والشعوب، والتي تنتقل فيها المجتمعات من حالة الفرقة والتجزئة إلى حالة الاقتراب والتوحد، ومن حالة الصراع إلى حالة التوافق، ومن حالة التباين والتمايز إلى حالة التجانس والتماثل، وهنا يتشكل وعي عالمي وقيم موحدة تقوم على مبادئ إنسانية عامة".⁽²⁾ والمواثيق الإنسانية الواردة في هذا التعريف هي المواثيق التي يصنعها الغرب الكافر وأساسها نظرة علمانية مادية للوجود لتحقيق مصالحه الخاصة، ثم تصدر للعالم على أنها مواثيق إنسانية لصالح البشرية، ولا بأس أن تصدر بها القرارات الدولية من هيئة الأمم المتحدة باعتبارها مؤسسة حامية للحقوق الإنسانية.

7- "هي تعاضم شيوع نمط الحياة الاستهلاكي الغربي، وتعاضم آليات فرضه سياسياً واقتصادياً وإعلامياً وعسكرياً، بعد التداعيات العالمية التي نجمت عن انهيار الاتحاد السوفيتي وسقوط المعسكر الشرقي". أو هي: "محاولة لفرض الفلسفة

(1) أبو زعور: مصدر سابق، ص 14.

(2) حجازي، أحمد مجدي: العولمة وآليات التهميش في الثقافة العربية، وهو بحث ألقى في المؤتمر العلمي الرابع (الثقافة العربية في القرن القادم بين العولمة والخصوصية) المنعقد بجامعة فيلادلفيا في الأردن، مايو 1998م، ص 3.

البرجماتية النفعية المادية العلمانية، وما يتصل بها من قيم وقوانين ومبادئ
وتصورات على سكان العالم أجمع".⁽¹⁾

8- لقد ذهب عدد من الكتاب إلى أن العولمة تعني: تعميم نموذج الحضارة الغربية،
وخاصة الأمريكية وأمطها الفكرية والسياسية الاقتصادية والثقافية على العالم
كله.⁽²⁾

يعرف الدكتور محمد عابد الجابري العولمة بقوله: هي "العمل على تعميم نمط
حضاري يخص بلداً بعينه هو الولايات المتحدة الأمريكية بالذات على بلدان العالم
أجمع" وهي أيضاً أيديولوجياً تعبر بصورة مباشرة عن إرادة الهيمنة على العالم
وأمرته". أي محاولة الولايات المتحدة إعادة تشكيل العالم وفق مصالحها الاقتصادية
والسياسية، ويتركز أساساً على عمليتي تحليل وتركيب للكيانات السياسية العالمية،
 وإعادة صياغتها سياسياً واقتصادياً وثقافياً وبشرياً، وبالطريقة التي تستجيب
للمصالح الاستراتيجية للولايات المتحدة الأمريكية.⁽³⁾

ويقول حكمة عبد الله البزاز: "العولمة رديف للأمركة، وإن تقنعت بأقنعة
العلم والتكنولوجيا، فمؤذج الثقافة الأمريكي يتسلل عبر الشركات عابرة القارات
إلى كل مكان في العالم، وينتشر بسرعة مذهلة لا لأنه بالضرورة أصلح النماذج
ولكن كما ينتشر وباء في العالم. الأمركة هنا أمركة مظاهر الحياة كلها، سواء في

(1) المبروك، محمد إبراهيم: الإسلام والعولمة، وآخرون، الدار القومية العربية، القاهرة 1999م، ص 99، 101.

(2) إسماعيل، عبد سعيد عبد: العولمة والعالم الإسلامي.. أرقام وحقائق، دار الأندلس، 2001م، الطبعة الأولى.

(3) الجابري، محمد عابد العولمة والهوية الثقافية - عشر أطروحات -، دار المستقبل العربي، بيروت، العدد 228، 1998م، ص 137.

الاقتصاد أو العلوم أو القيم والتقاليد وحتى الألعاب والفنون والأمراض والجوع".⁽¹⁾
9- العولمة: منظومة من المبادئ السياسية والاقتصادية، ومن المفاهيم الاجتماعية والثقافية، ومن الأنظمة الإعلامية والمعلوماتية، ومن أنماط السلوك ومناهج الحياة، يُراد بها إكراه العالم كله على الاندماج فيها، وتبنيها، والعمل بها، والعيش في إطارها.⁽²⁾

وبعد دراسة متأنية لظاهرة العولمة وأهدافها ووسائلها وتأثيراتها في واقع المجتمعات والشعوب يمكن أن تعرّف العولمة بما يلي:-
"العولمة هي الحالة التي تتم فيها عملية تغيير الأنماط والنظم الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ومجموعة القيم والعادات السائدة، وإزالة الفوارق الدينية والقومية والوطنية في إطار تدويل النظام الرأسمالي الحديث، وفق الرؤية الأمريكية المهيمنة، والتي تزعم أنها سيدة الكون، وحامية النظام العالمي الجديد".
المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات وأثار العولمة في الجانب الثقافي
أولاً: إيجابيات العولمة في الجانب الثقافي:-

من المعلوم إن لكل مجتمع من المجتمعات انتماءً ثقافياً وخصوصيةً تميزه عن غيره من المجتمعات، والمجتمع الإسلامي له ثقافته وخصوصيته الحضارية التي تميزه عن غيره من المجتمعات، إن العولمة بأشكالها ومنها الثقافية في ظاهرها نعمة، ولكن في باطنها إنما هي نقمة علينا وعلى ثوابتنا الثقافية وخصوصيتنا الحضارية، ومنها العقيدة الدينية واللغة

(1) انظر دراسة لكتاب الأستاذ البزاز، عبد الله، حكمة (العولمة والتربية) جريدة البيان - دولة الإمارات العربية المتحدة - دبي - عدد الاثنين 25 ربيع الآخر 1422هـ - 16 يوليو 2001م.

(2) عبد الحميد: محسن العولمة من منظور إسلامي، 2001/7/22م، صفحة الإسلام وقضايا العصر، موقع شبكة الإسلام على الطريق

والتاريخ والعادات والتقاليد والأعراف النبيلة، ولكن يجب علينا كمسلمين أن نحسن توظيف العولمة الثقافية واستغلالها لصالحنا، وتحويل نقمتها إلى نعمة.⁽¹⁾

فالعولمة تحمل في طياتها كثيراً من الإنجازات التكنولوجية العلمية والثقافية، مما يمكن المسلمين الاستفادة منها، في نفع دينهم وشعوبهم المسلمة، ومنها:-

1- رواج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإحداث التطورات النوعية في مجال تيسير

الاتصالات الثقافية والعلمية بين الشعوب والدول، وانتشار الثقافة التقنية.

2- دور شبكات الاتصالات والإعلام الدولية، ومنها القنوات الفضائية، وشبكة المعلومات

الدولية (الإنترنت) في تغطية الأخبار العالمية والمحلية للعالم، وتكوين ثقافة لدى

الأفراد والشعوب عن الأحداث العالمية، وهذا يشكل لدى المستفيد منها قدرة كبيرة

لمعرفة ما يدور في الكرة الأرضية من أحداث، وقدرة كبيرة على تحليل الأحداث،

وإثراء النقاش، بل والمشاركة الفعالة في الندوات العلمية واللقاءات الثقافية.

3- الاهتمام بالحفاظ على البيئة من التلوث.

4- تيسير الاتصالات بين الشعوب والدول، وانتشار الثقافة التقنية.

5- اختصار المسافات، ورفع الظلم عن كثير من المضطهدين في العالم، وذلك لما للصورة

المنقولة أثر على الحكومات والأحزاب.⁽²⁾

6- تمكين العلماء والدعاة المسلمين من تبليغ الرسالة الإسلامية والثقافة

الإسلامية، لكافة شعوب العالم. ومن ثمَّ تمكين الثقافة الإسلامية من

(1) الشرعبي، راضية، الإعلام العربي وتحديات العولمة الثقافية، مركز العهد الثقافي، 2006/2/24م- ص 4:47، انظر موقعه على شبكة المعلومات الدولية

(2) العولمة استعمار وتهميش للثقافة أم انفتاح واستفادة من التقنيات: عدد من الباحثين يناقشون طرح الجزيرة، تحقيق: جواهر الرضيان، صحيفة الجزيرة السعودية، الثلاثاء 2 رمضان 1421هـ العدد: 10288. وهذا ما صرح به الدكتور خليل بن عبد الله الخليل (أستاذ جامعي وكاتب).

الانفتاح على الثقافات الأخرى، بل والتأثير الإيجابي فيها. فنحن أمة أصحاب دين عالمي، فلسنا أصحاب دين قومي أو محلي، فرسالة للعالم أجمع قال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) الأنبياء: 107، وقال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا) سبأ: 28. وأصبح من واجب دعاة الإسلام وعلمائه أن يستفيدوا بكل أنواع الوسائل الحديثة، التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصالات، يستفيدون من هذه الوسائل لإيصال دعوة الله تعالى إلى كل الناس، وبكل اللغات إن أمكن ذلك.

لقد أصبح اليوم بإمكان الداعية المسلم أن يصل إلى ملايين الناس بفضل وسائل الاتصال الحديثة، والتي ظهرت واخترعت ليس من أجل الدعوة، ولكن لمصالح أخرى حسب نوايا مصنعيها، ومع أن بعضها استخدم أصلاً لمعارضة الدعوة، والتشكيك في الإسلام شريعة وعقيدة. فالجدير بالدعاة إذن ألا يقفوا جامدين إزاء هذه الوسائل، التي أصبحت سلاحاً ذي حدين، فأهل الباطل يستفيدون منها أقصى ما يستطيعون في نشر باطلهم، لذا فإنه يجب على الدعاة أن ينتفعوا ويستفيدوا منها.

4- تمكين المفكرين الإسلاميين- من خلال وسائل الاتصالات والإعلام الدولية- من مناقشة المذاهب الفكرية الوافدة، والتصدي للحركات الفلسفية الهدامة.

5- زيادة الوعي السياسي لدى الشعوب، وزيادة قدرتها- نوعاً ما- في التأثير في مجريات الأحداث.

6- الاستفادة من وسائل العولمة في نشر وتعميق مفاهيم الدين الإسلامي بين الجيل الأول من المهاجرين المسلمين في دول العالم الغربي، والتواصل مع الجيل

الثاني والثالث، الذين ولدوا في الغرب وصار بالإمكان ربطهم بأوطانهم الأصلية من خلال مظاهر تعولم العالم الحديث.⁽¹⁾

ثانياً: سلبيات العولمة في الجانب الثقافي:

الغرب الرأسمالي هو الذي ابتكر مفهوم العولمة، وهو الذي حدّد لها مضامينها وهويتها، ومكوناتها الفكرية والاقتصادية، وهو الذي يقود حركتها في العالم، ويروّج لهذا المفهوم. وهذا أحد أهم مصادر التوجس والخوف الذي تظهره الأمم والحضارات تجاه قضية العولمة. لأنّ الغرب لا يريد إلا أن يرى نفسه وحضارته في هذا العالم، ولا زالت نزعة التمركز حول الذات هي التي تشكل عقليته، وإنّ تاريخ علاقاته بالأمم والحضارات كان محبّطاً ومروعاً للغاية، حين أظهر سلوكاً استعمارياً متوحشاً، وحول ثقافته إلى ثقافة مهيمنة.⁽²⁾

يقول الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش الأب في 1990/1/24م: إن القرن العشرين أمريكي ويجب أن يكون القرن الحادي والعشرين أمريكياً أيضاً. ويقول بريجنيسيك في 1990/8/10: ليست هناك سوى قوة عظمى واحدة في العالم، هي الولايات المتحدة الأمريكية وهذه القوة العظمى يجب أن تكون مطلقة وشاملة، سياسياً واقتصادياً وعسكرياً. فنحن القوة الوحيدة على جميع الصعد. وقال فرانسوا بايروا وزير التربية والتعليم العالي الفرنسي: "إن هدف العولمة هو تدمير الهويات القومية، والثقافة القومية للشعوب".⁽³⁾

(1) بریت أولاخ ومایکل شیستر، إعادة التفكير في العولمة (العولمات)، الطبعة الأولى 2000م - الناشر مايكلمان - لندن - بريطانيا، ص 233.

(2) الميلاد، زكي، الفكر الإسلامي وقضايا العصر: الكلمة، العدد (20) السنة الخامسة، 1998م-1419هـ.

(3) الطوال، عماد جمال: العولمة والتربية، مجلة المعلم - تربوية ثقافية - انظر موقعها على شبكة المعلومات الدولية

إنّ من سلبيات العولمة الثقافية تحويل الثقافة نفسها ومؤسساتها إلى سلعة، وأمام إشاعة ثقافة العولمة ذات الطابع المؤمرك والمتجهة إلى إقصاء الثقافات الأخرى، من خلال قوتها المالية وقدرتها على الإنتاج والتوزيع، لا من خلال قيمتها الثقافية أو منافستها الثقافية.⁽¹⁾ ونحن المسلمين لسنا بدعا بين الأمم إذا عملنا على تجنب سلبيات للعولمة الثقافية، خاصة وأن لها تأثير ضار على هويتنا وخصوصيتنا الثقافية، فالدول الكبرى تعمل على حماية هويتها الثقافية والمحافظة عليها من تيار المصطلحات والمفاهيم الأجنبية الوافدة من الخارج.⁽²⁾

وأهم سلبيات العولمة في الجانب الثقافي هي:

1- ثقافة الاختراق التي تمثلها العولمة: وهي تهدف إلى:-

أ- اختراق البنية الثقافية المحلية، وتفاقم مخاطر الاستلاب والغزو والاستعمار الثقافي، بما يؤدي إلى محو الهوية الحضارية الثقافية للأمة المسلمة، ونزع الخصوصية الشخصية للشعوب المسلمة (التي تتمثل في: الدين واللغة والتاريخ والعادات والتقاليد والأخلاق)، بما تنطوي عليه من الترويج لقيم معينة لحضارة معينة هي الحضارة الغربية.⁽³⁾ إنّ أخطر ما في العولمة أنّها تنشر

(1) الثقافة العربية الإسلامية وتحديات العولمة: مصدر سابق.

(2) الزقزوق، محمود حمدي: الإسلام في عصر العولمة، مكتبة الشروق، الطبعة الأولى 1421 هـ - 2001 م، ص 18-19.

(3) برهان، غليون: رهانات العولمة، سلسلة مقالات نشرت في جريدة الاتحاد الظبانية عام 1991 م، الإسلام في عصر العولمة: مصدر سابق، ص 16، مجلة جسور (مجلة ثقافية جامعة): العدد (0) السنة الأولى، شباط/فبراير 2005 م. العولمة والمستقبل: استراتيجية تفكير: سيار الجميل، عمان، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، 2000 م، ص 97.

أفكاراً وسلوكيات من شأنها تحطيم الولاء للقيم التراثية والدينية الأصلية، والولاء للوطن والأمة، وإحلال أفكار وولاءات جديدة محلها.⁽¹⁾

تقول الباحثة راضية الشرعبي: "إنَّ العولمة في شكلها الثقافي تهدف إلى إزالة الحدود الدينية والعادات والتقاليد، حتى تكون العقول المستقبلية للمادة الثقافية أكثر انفتاحاً وتقبلاً لما يأتي من الخارج، دون تفكير أو إعادة نظر بعد أن حطمت كل بوابات المراقبة والنقد، يقوم النظام العالمي الجديد في مشروعه المعولم لكل شيء على اختراق الثقافات الوطنية والثوابت الذاتية، ويعمل على طمس معالم الذات والأصل والشرع، بطرح بدائل هجينة منمقة ومزوقة، بحيث تجلب الأنظار ومن ثمة القلوب والعقول".⁽²⁾

ب- التطبيع مع الهيمنة وتكريس الاستتباع الحضاري لأمريكا، ومع التطبيع مع الهيمنة والاستسلام لعملية الاستتباع الحضاري يأتي فقدان الشعور بالانتماء لوطن أو أمة أو دولة، وبالتالي إفراغ الهوية الثقافية من كل محتوى.⁽³⁾ أو إيقاع الأفراد في الدول النامية بين ثقافتين متناقضتين، أي بين نظامه الاجتماعي وبين ما يأتيه من ثقافة عبر الفضائيات والشبكة الدولية للمعلومات من ثقافة مادية متطورة، وإزاء هذا يحصل التشوهات الذهنية والمعرفية والسلوكية عند الأفراد المتلقين للثقافة الوافدة الجديدة، وهذا يؤدي

(1) أمين، جلال: العولمة والدولة، ضمن كتاب (العرب والعولمة) بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية، تحرير الخولي، أسامة أمين، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط1/1998 ص156.

(2) الإعلام العربي وتحديات العولمة الثقافية: مصدر سابق

(3) العولمة والهوية الثقافية.. عشر أطروحات: الجابري، محمد عابد: مجلة المستقبل العربي، العدد 228، 1998/2م.

إلى جعل تفكير الفرد تفكيراً ثقافياً مادياً، وجعل سلوكه الاجتماعي يصدر عن تقليد، ودون وعي أو بصيرة.⁽¹⁾

2- التقليل من قيمة الثقافات المختلفة، وفرض هيمنة ثقافة واحدة، ألا وهي ثقافة القوى المالكة لمراكز توجيه آليات العولمة، وهي الثقافة الأمريكية في الوقت الحاضر. يقول الدكتور علاء الدين زعتري: "ومن الملاحظ أن العولمة تحمل في طياتها مشروعاً لأمركة العالم، لأن القيم النفسية والسلوكية والعقائدية الأمريكية هي المهيمنة على هذه العولمة الثقافية".⁽²⁾

3- إشاعة الذوق الغربي في الاستهلاك، وفي ممارسة السلوك الاجتماعي مع الآخرين.

4- نشر الثقافة الغربية اللادينية، وفرض الركض - وغالبا بلا وعي - خلف المواضع الاجتماعية الفجة.

5- حرمان الشعوب المتخلفة من اللحاق بركب التقدم، نظراً لتفشي الأمية فيها والعولمة تقوم على تقنية عالية لا تملكها الكثير من الدول والمجتمعات في الدول النامية والمتخلفة.⁽³⁾

رابعا: آثار العولمة الثقافية في الهوية الثقافية:-

إنّ الواقع الذي تعيشه بلدان العالم الإسلامي يوفّر الفرص المواتية أمام تغلغل التأثيرات السلبية للعولمة الثقافية، لأن مقومات المناعة ضد سلبات العولمة، ليست

(1) ما هي العولمة: مصدر سابق ص 91.

(2) زعتري، علاء الدين - باحث سوري - العولمة واللغة العربية، انظر موقع الوطن على شبكة المعلومات الدولية .

(3) العولمة استعمار وتهميش للثقافة أم انفتاح واستفادة من التقنيات؟: مصدر سابق.

بالدرجة الكافية التي تقي الجسم الإسلامي من الآفات المهلكة التي تتسبب فيها هذه الظاهرة العالمية المكتسحة للمواقع والمحطمة للحواجز⁽¹⁾.

يقول الباحث محمد آدم: "ولكن العولمة بالمفهوم المعاصر (الأمركة) ليست مجرد سيطرة وهيمنة والتحكم بالسياسة والاقتصاد فحسب، ولكنها أبعد من ذلك بكثير، فهي تمتد لتطال ثقافات الشعوب والهوية القومية الوطنية، وترمي إلى تعميم أنموذج من السلوك وأنماط أو منظومات من القيم وطرائق العيش والتدبير، وهي بالتالي تحمل ثقافة غربية أمريكية تغزو بها ثقافات مجتمعات أخرى، ولا يخلو ذلك من توجه استعماري جديد يتركز على احتلال العقل والتفكير، وجعله يعمل وفق أهداف الغازي ومصالحه. وأكد ذلك الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش حين قال في مناخ الاحتفال بالنصر في حرب الخليج الثانية: إن القرن القادم سيشهد انتشار القيم الأمريكية، وأنماط العيش والسلوك الأمريكي⁽²⁾."

إنّ الثقافات الوافدة تشكل خطراً على الهوية العربية والإسلامية، وبخاصة في ظل ضعف التحصينات الداخلية، والانفتاح بلا وعي على العالم الغربي، وخصوصاً الجانب الإعلامي، إنها تستهدف القضاء النهائي على التراث الثقافي والمكون الحضاري للأمة العربية والإسلامية، بعد أن لم يبق في مواجهة الطغيان الغربي سوى الإسلام، وما يحمله من الضوابط والقواعد الأخلاقية⁽³⁾.

ويبين الأستاذ حكمة عبد الله البزاز آثار العولمة الثقافية، فيقول: "آثار العولمة الثقافية تكمن في: صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها هي ثقافة السوق.. وتجاوز الثقافة النخبوية، وسلب الخصوصية الثقافية، وقطع صلة الأجيال الجديدة بماضيها وتراثها، وتدمير الحضارات، والتأكيد على النجاح الفردي، وتجميع الثروة، وتهميش الثقافة

(1) العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي، مصدر سابق.

(2) آدم، محمد: ما هي العولمة، مجلة النبأ، العدد 42، ذو القعدة، 1420 هـ شباط 2000م.

(3) العولمة واللغة العربية، مصدر سابق.

الوطنية، واحتكار الصناعة الثقافية، ووضع حالة من الإبهار أمام المثقف الوطني وإنهاء رقابة الدولة على وسائل الإعلام، والتخلي عن الخصوصيات الوطنية". ويضيف البزاز في بيان الآثار فيقول: "إضعاف البعد الفلسفي للتربية، وتوجيه المعرفة العلمية بحسب القوى التي تمتلكها، والتأثير في اتخاذ القرار التربوي، وربط العلماء والباحثين بولاءات معينة للشركات المستغلة.. ونشر مفاهيم براجماتية".⁽¹⁾

ومن آثار العولمة في الهوية الثقافية:

- 1- شيوع الثقافة الاستهلاكية -لأنَّ العولمة تمجِّد ثقافة الاستهلاك- التي استخدمت كأداة قوية فاعلة في إطلاق شهوات الاستهلاك إلى أقصى عنان، ومن ثمَّ تشويه التقاليد والأعراف السائدة في العالم الإسلامي. إن المنتجات الاستهلاكية الثقافية تكرر مفهوم الغربة عن الذات، والدين والمعتقد، والتقاليد والأعراف.⁽²⁾
- 2- تغريب الإنسان المسلم وعزله عن قضايا وهومومه الإسلامية، وإدخال الضعف لديه، والتشكيك في جميع قناعاته الدينية، وهويته الثقافية.⁽³⁾
- 3- اختفاء القيم النبيلة، ليصبح الربح هو القيمة المطابقة، وعندما يكون الدافع دوماً هو الربح كما تروج العولمة، فإن قيمة الإشباع المادي هي التي ستحدد السلوك، وسيصبح العالم غابة يركض فيها الإنسان بحثاً عما يشبع فيها حاجاته المادية، وإلغاء الإبداع، ومن المعلوم أنَّ والإبداع كان دوماً شرطاً من شروط التطور الإنساني، وإحدى أهم شروطه هو وجود الدافع.⁽⁴⁾

(1) انظر دراسة لكتاب البزاز، حكمة عبد الله (العولمة والتربية)، جريدة البيان - دولة الإمارات العربية المتحدة - دبي - الاثنين

25 ربيع الآخر 1422 هـ الموافق 16 يوليو 2001م.

(2) الإعلام العربي وتحديات العولمة الثقافية: مصدر سابق.

(3) بهاء الدين، حسين كامل، الوطنية في عالم بلا هوية: دار المعارف، مصر 2003م، ص 62-63.

(4) (المشني: مجلة أفاق، مجلة فصلية، موقعها على شبكة المعلومات الدولية.

- 4- إشاعة ما يسمى بأدب الجنس وثقافة العنف التي من شأنها تنشئة أجيال كاملة تؤمن بالعنف كأسلوب للحياة وكظاهرة عادية وطبيعية.⁽¹⁾ وما يترتب على ذلك من انتشار الرذيلة والجريمة والعنف في المجتمعات الإسلامية، وقتل أوقات الشباب بتضييعها في توافه الأمور وبما يعود عليه بالضرر البالغ في دينه وأخلاقه وسلوكه وحركته في الحياة، وتساهم في هذا الجانب شبكات الاتصال الحديثة والقنوات الفضائية وبرامج الإعلانات والدعايات للسلع الغربية وهي مصحوبة بالثقافة الجنسية الغربية التي تחדش الحياء والمروءة والكرامة الإنسانية ولقد أثبتت الدراسات الحديثة خطورة القنوات الفضائية- بما تبثه من أفلام ومسلسلات جنسية فاضحة- على النظام التعليمي والحياة الثقافية والعلاقات الاجتماعية ونمط الحياة الاقتصادية في العالم الإسلامي.⁽²⁾
- 5- ومن آثار عولمة الثقافة انتشار نوعية مميزة من الثقافة المادية والمعنوية الأمريكية حيث سيطرت الثقافة الأمريكية الشعبية على أذواق البشر فأصبحت موسيقى وغناء مايكل جاكسون، وتلفزيون رامبو، وسينما دالاس هي الآليات والنماذج السائدة في مختلف أنحاء العالم وأصبحت اللغة الإنجليزية ذات اللكنة الأمريكية هي اللغة السائدة.⁽³⁾
- 6- ومن آثار العولمة في طمس الهوية الثقافية للأمة الإسلامية: انتشار الأزياء والمنتجات الكمالية الأمريكية في كثير من الدول الإسلامية، إن هذه السلع تحمل في طياتها ثقافة مغايرة تسحق ثقافات الأمم المستوردة لها، وظهور اللغة الإنجليزية على واجهات المحلات والشركات، وعلى اللعب والهدايا وعلى

(1) ظاهر، مسعود: مبحث الثقافة العربية في مواجهة المتغيرات الدولية الراهنة، مجلة الفكر العربي المعاصر العدد 100-101 بيروت 1993م، الوطنية في عالم بلا هوية: مصدر سابق، ص36.

(2) أمين، جلال العولمة: مصدر سابق، ص 126-128.

(3) مجلة المستقبل العربي- مركز دراسات الوحدة العربية- مارس 1998م، بيروت، العدد 229، عبد الفاوي، الفتاح أحمد، الثقافة العربية في عصر العولمة: الأهرام، 2001/02/22م.

ملابس الأطفال والشباب. فحسب إحصائيات 1997م عن نساء دول الخليج: تبين أن 799 مليون دولار أمريكي أنفقت على العطور، وأربعة مليون دولار على صبغات الشعر، وتمّ استهلاك ستمائة طن من أحمر الشفاه، وخمسون طناً من طلاء أظافر، وواحد ونصف مليار دولار تنفقها المرأة الخليجية على مستحضرات التجميل.⁽¹⁾ واستهلكت النساء الخليجيات: 298 ألف كيلو جرام مستحضرات لتجميل العيون، ست وتسعون ألف كيلو جرام لتلميع الأظافر، 334 ألف كيلو جرام لطلاء الوجه، 599 ألف كيلو جرام مستحضرات وقاية الجلد من الشمس، أربعة ألف كيلو جرام مستحضرات تطرية الجلد، 401 ألف كيلو جرام مستحضرات تجعيد الشعر أو تنعيمه، 784 ألف كيلو جرام مستحضرات صبغ الشعر.⁽²⁾

قد ينبري بعض السذج من الناس فيقول: وأي خطر حقيقي يمكن أن يهدّد المسلمين إذا شاعت المطاعم والأزياء والتقاليد والمنتجات الأوربية والأمريكية؟! والجواب: هو المثل الفرنسي المشهور الذي يقول: (أخبرني ماذا تأكل أخبرك مَنْ أنت!)؛ فالأزياء، والمطاعم، والمأكولات والمشروبات، وغيرها من المنتجات تجلب معها مفاهيم بلد المنشأ، وقيمه وعاداته ولغته، وذلك يوضّح الصلة الوثيقة بين هذه المنتجات وبين انفرط الأسرة، وضعف الدين، وانتشار الكحول والمخدّرات، والجريمة المنظمة. وأيضاً فإنّ أي مطعم أو متجر من (الماركات) الغربية المشهورة يقام في بلادنا- ينهار أمامه عشرات

(1) مجلة الأسرة، مجلة شهرية تصدر عن مؤسسة الوقف الإسلامي، الرياض صفر 1420 هـ.

(2) المجلة الاقتصادية، مركز النشر الاقتصادي، الرياض عدد 1421/12/17 هـ.

المؤسسات الوطنية الوليدة، التي لا تملك أسباب المنافسة، ممّا يزيد من معدلات الفقر والبطالة.⁽¹⁾

ولقد ثبت أنّ الأزياء الأوروبية والأمريكية قد كتبت عليها عبارات باللغة الإنجليزية، تحتوي على ألفاظ وجمل جنسية مثيرة للشهوات ومحركة للغرائز الجنسية، وأيضاً لا دينية تمس المشاعر والمقدسات والأخلاق الإسلامية وتروج للثقافة الغربية التي تقوم على الإباحية والحرية الفوضوية في مجال العلاقات بين الرجل والمرأة، ومن تلك الكلمات والعبارات المكتوبة على ملابس الأطفال والشباب: kiss me قبلني take me: خذني - Sow: خنزير - I'm Jewish: أنا يهودي - prostitute: عاهر - Adultery: ابن الزنا - Zion: صهيوني.⁽²⁾

يقول زكي الميلاد: "ولسنا وحدنا في العالم العربي والإسلامي من يتظاهر بهذا الخوف، فهناك من داخل الغرب نفسه من يحذر بشدة ويقاوم هذه العولمة، وفي مقدمة هؤلاء الفرنسيون. وأوروبا بصورة عامة أخذت تدافع عن هويتها ونموذجها المجتمعي والقيمي، في مواجهة ما تسميه بالغزو الثقافي والأمركة الثقافية، والذي سوف يعزز معه حدة التباينات الثقافية بين أوروبا وأمريكا".⁽³⁾

لقد أدركت بعض الدول خطورة الآثار الثقافية للعولمة في بلدانها، ومن هذه الدول فرنسا، فهذا وزير العدل الفرنسي جاك كوبون يقول: "إنّ (الإنترنت) بالوضع الحالي شكل جديد من أشكال الاستعمار، وإذا لم نتحرك فأسلوب حياتنا في خطر، وهناك إجماع فرنسي على اتخاذ كل الإجراءات الكفيلة لحماية

(1) الشريف، كامل: الشباب المسلم والعولمة، موقع صحيفة البلاغ (www.balagh.com) شبكة المعلومات الدولية. موجود في عدة مواقع على شبكة المعلومات الدولية.

(2) الإسلام والعولمة: مصدر سابق، ص 136-137.

(3) الميلاد، زكي: الفكر الإسلامي وقضايا العصر، الكلمة: العدد 20، السنة الخامسة، 1998م.

اللغة الفرنسية والثقافة الفرنسية من التأثير الأمريكي". بل إن الرئيس الفرنسي جاك شيراك عارض قيام مطعم "ماكدونالدز الذي يقدم الوجبات الأمريكية، مسوِّغاً ذلك أن يبقى برج أيفل منفرداً بنمط العيش الفرنسي.⁽¹⁾ كما قام وزير الثقافة الفرنسي بهجوم قوي على أمريكا في اجتماع اليونسكو بالأمم المتحدة، وقال: "إنني أستغرب أن تكون الدول التي علّمت الشعوب قدراً كبيراً من الحرية، ودعت إلى الثورة على الطغيان، هي التي تحاول أن تفرض ثقافة شمولية وحيدة على العالم... إن هذا شكل من أشكال الإمبريالية المالية والفكرية، لا يحتل الأراضي، ولكن يصادر الضمائر، ومناهج التفكير، واختلاف أنماط العيش".⁽²⁾

7- فرض التوجهات الثقافية الأمريكية على المنطقة العربية والإسلامية، خاصة ما يتعلق منها بتغيير المناهج التعليمية، وإجبار الدول النامية على إعادة النظر في الأنظمة الإعلامية العربية والإسلامية في رؤيتها للغرب عموماً، والولايات المتحدة الأمريكية خصوصاً والكيان الصهيوني، وهذا يعني إعادة النظر في طبيعة الصراع مع الاستعمار الصهيوني في فلسطين، والانخراط في مشروع ما يسمى بالسلام، والتطبيع مع دولة الكيان الصهيوني.

لقد صرّح وزير التربية والتعليم العالي الكويتي رشيد الحمد بأن أحد خبراء المناهج العرب المطلعين قال: أن الخبراء الأمريكيين يجلسون على جانب المائدة المقابل للجانب الذي يجلس عليه خبراء عرب، ممسكين ببعض كتب المناهج العربية، ليمتلأوا عليهم حذف بعض العناصر هنا أو هناك، أو إضافة شيء هنا أو هناك.⁽³⁾

(1) الحاجي، عمر العولمة أمام عالمية الشريعة الإسلامية، 1420هـ - 1999م، ط1، دار المكتبي - دمشق، ص51.

(2) المصدر السابق، ص50.

(3) توفيق، عمرو: لماذا تحارب أمريكا التعليم الإسلامي؟؟، موقع مفكرة الإسلام على شبكة المعلومات الدولية الاثنين 27 ذو القعدة 1424هـ - 19 يناير 2004م.

المطلب الثالث: أهداف ووسائل العولمة الثقافية:-

أولاً: أهداف العولمة الثقافية:-

يتفق عديد من الباحثين على أن الثقافة من أخطر الوجوه الحضارية المتأثرة بالعولمة، يقول سيار الجميل: "ولم ينحصر الأمر في الاقتصاديات المعولمة بل طالت وبسرعة شديدة ونسبية عالية هذه العولمة ثقافات الشعوب وقيمها وعاداتها".⁽¹⁾

تقوم العولمة في الجانب الثقافي علي انتشار المعلومات، وسهولة حركتها، وزيادة معدلات التشابه بين الجماعات والمجتمعات، أي تقوم علي إيجاد ثقافة عالمية، وعولمة الاتصالات، عن طريق البث التليفزيوني عبر الأقمار الصناعية، وبصورة أكثر عمقا خلال شبكة الإنترنت، التي تربط البشر بكل أنحاء المعمورة. كما تعني العولمة الثقافية بتوحيد القيم الاجتماعية، وخاصة حول المرأة والأسرة، باختصار تركز العولمة الثقافية علي مفهوم الشمولية ثقافة بلا حدود، وآلة ذلك وسائل الإعلان والإعلام والاتصال والتقنيات.⁽²⁾

إن من أخطر أهداف العولمة ما يعرف بالعولمة الثقافية، التي تتجاوز الحدود التي أقامتها الشعوب لتحمي كيان وجودها، وما له من خصائص تاريخية وقومية وسياسية ودينية، ولتحمي ثرواتها الطبيعية والبشرية، وتراثها الفكري الثقافي، حتى تضمن لنفسها البقاء والاستمرار والقدرة على التنمية، ومن ثم الحصول على دور مؤثر في المجتمع الدولي. فالعولمة الثقافية تقوم على تسييد الثقافة الرأسمالية لتصبح الثقافة العليا، كما أنها ترسم حدوداً أخرى مختلفة عن الحدود الوطنية مستخدمة في ذلك شبكات الهيمنة العالمية على الاقتصاد والأذواق والثقافة. هذه الحدود هي: "حدود الفضاء (السيبرنتي)

(1) السايحي، ناصر بن سليمان: البعد الثقافي لمفهوم العولمة وأثره على الثابت والمتغير في الشريعة الإسلامية، أنترنت 2001م.
(2) الثقافة العربية في عصر العولمة: مصدر سابق..

والذي هو بحق وطن جديد لا ينتمي لا إلى الجغرافيا ولا إلى التاريخ، هو وطن بدون حدود، بدون ذاكرة، إنه وطن تبنيه شبكات الاتصال المعلوماتية الإلكترونية⁽¹⁾.

ومن أهداف العولمة الثقافية التعدي الصريح والمباشر على القوميات الثقافية في العالم، وهذا يتحقق بتقديم مضامين وصور تنتمي إلى ثقافات الأقوياء، حيث تخترق الحدود الجغرافية والسياسية والقانونية للشعوب الأضعف⁽²⁾.

العولمة الثقافية في خدمة السيادة المركزية، والهيمنة الغربية (النظام العالمي الجديد بقيادة أمريكا)، وتوطيد معاني العولمة الاقتصادية والسياسية، ونقل هذا النموذج الثقافي العالمي إلى باقي الشعوب الأخرى. إنها تهدف إلى نزع الخصوصية الفردية ومحو الهوية الذاتية للمجتمعات، خاصة المجتمعات العربية الإسلامية، ذلك أن أنصار العولمة لا يعترفون بالهوية الشخصية، سواء هوية الفرد الواحد، أو المجتمع الواحد، أو الدولة الواحدة، أو الأمة الواحدة. تهدف العولمة إلى توحيد الثقافة العالمية، وصهرها في ثقافة واحدة، وإلغاء التعددية الثقافية وحق التنوع الثقافي⁽³⁾.

إنّ العولمة لا تكتفي بتسييد ثقافة ما، بل تنفي الثقافة من حيث المبدأ، وذلك لأنّ الثقافة التي يجري تسييدها تعبر عن عداوة شديدة لأي صورة من صور التميز، إنّ الثقافة الغربية تريد من العالم أجمع أن يعتمد المعايير المادية النفعية الغربية، كأساس لتطوره، وكقيمة اجتماعية وأخلاقية، وبهذا فإنّ ما تبقى يجب أن يسقط، وما تبقى هنا هو "ليست خصوصية قومية بل مفهوم الخصوصية نفسه، وليس تاريخا بعينه بل فكرة التاريخ، وليس هوية بعينها وإنما كل الهويات، وليس منظومة قيمية بل فكرة القيمة، وليس نوعا بشريا،

(1) قضايا في الفكر المعاصر: د. محمد عابد الجابري، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1997م، ص 147-148.

(2) إنتاج الثقافة الموحدة للعالم: الدكتور فهد العرابي الحارثي، جريدة الجزيرة، الأحد 30 شوال 1420هـ العدد 9992.

(3) علي، أبقو: الثقافة العربية الإسلامية وتحديات العولمة، موقع التنظيم القضائي الجزائري، شبكة المعلومات لدولية

(<http://www.univbatna.dz/droit/culturearabemusulmane.htm>)

وإنما فكرة الإنسان المطلق نفسه".⁽¹⁾ إنها تسعى إلى تحطيم كل الثوابت الدينية والفكرية والأخلاقية، للوصول إلى بناء إنسان هامشي، دون جذور قوية ثابتة، كي يذوب بسهولة في بحر الثقافة الغربية الرأسمالية المادية.⁽²⁾

العمولة الثقافية تعني أول ما تعني سلب سيطرة الدول على المجال الثقافي، بغية إحداث خلخلة في البنية الثقافية لتلك الدول مما يساعد بطبيعة الحال على نشر ثقافة العمولة، التي هي السلاح الآخر الذي أخذ تجار العمولة يستخدمونه لامتصاص ثروات الشعوب.⁽³⁾ إنَّ عوملة الثقافة تهدف بالدرجة الأولى إلى إقصاء الثقافات الأخرى عن العالمية بحجة تعارضها وعدم قدرتها على الانسجام مع توجهات الثقافة الغربية المادية، وفي الوقت ذاته القيام بعملية خنق للثقافة العربية الإسلامية وإيقاف، كما يدعون، خطرها الزاحف على الغرب.⁽⁴⁾

يقول العالم الأمريكي المعروف ناعوم تشومسكي: "إنَّ العمولة الثقافية ليست سوى نقلة نوعية في تاريخ الإعلام، تعزز سيطرة المركز الأمريكي على الأطراف، أي على العالم كله".⁽⁵⁾ ويقول الكاتب عبد الإله بلقزيز: "العمولة كما يدعي روادها هي انتقال من مرحلة الثقافة الوطنية إلى ثقافة عليا جديدة "عالمية"، وهي في حقيقتها اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي على سائر الثقافات الأخرى، وهي اختراق تقني يستخدم وسائل النقل والاتصال لهدر سيادة الثقافات الأخرى للشعوب، وفرض الثقافة الغربية".⁽⁶⁾

(1) أمين، جلال: العمولة والهوية الثقافية والمجتمع التكنولوجي الحديث، مجلة المستقبل العربي، العدد 60، ص 100.

(2) الثقافة العربية الإسلامية وتحديات العمولة: مصدر سابق.

(3) مرتضى، معاش: العمولة رؤى ومخاطر، مجلة النبأ، عدد 35، السنة الخامسة، 2000/1420م، ص 4.

(4) الثقافة العربية الإسلامية وتحديات العمولة: مصدر سابق.

(5) فخ العمولة: مصدر سابق، ص 125.

(6) مجلة المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عدد 11، 1999م، ص 38.

وقد دعا المفكر الياباني الأستاذ "يوشيهارا كونيو" - في محاضرة ألقاها في المعهد الوطني للإدارة العامة بالعاصمة الماليزية كوالالامبور يوم الاثنين 27/8/2001م- الدول النامية إلى وضع خطة إستراتيجية لمواجهة مخاطر العولمة اللغوية والثقافية. من أجل المحافظة على لغتها المحلية والقومية، وإبقائها كوسيلة للتعلم والتخاطب، وحث الدول النامية على ضرورة تقوية ثقافتها الوطنية، بمحتوياتها من دين وعادات وقيم، وغيرها لتعزيز الهوية الذاتية لكل بلد، والحفاظ على روح الفخر بالثقافة الوطنية بين السكان في مواجهة الثقافة الغربية الدخيلة.⁽¹⁾

ويقول د.عبد الفتاح أحمد الفاوي: " ليست العولمة انتقالاً من ظاهرة الثقافة الوطنية والقومية إلى ثقافة عليا جديدة هي الثقافة العالمية، بل إنها فعل اغتصاب ثقافي، وعدواني رمزي علي سائر الثقافات، خاصة ثقافتنا العربية والإسلامية".⁽²⁾

إنَّ العولمة الثقافية وصلت إلى درجة الاختراق الثقافي، بل والاكتماح الثقافي والمعرفي ومن الملاحظ أنَّ العولمة تحمل في طياتها مشروعا لأمركة العالم، لأنَّ القيم النفسية والسلوكية والعقائدية الأمريكية هي المهيمنة على هذه العولمة الثقافية.⁽³⁾

ودعا دافيد روشكوف (أستاذ العلاقات الدولية بجامعة كولومبيا والمسئول السابق في حكومة الرئيس الأمريكي الأسبق كلينتون) الولايات المتحدة إلى استغلال الثورة المعلوماتية الكونية للترويج للثقافة والقيم الأمريكية على حساب الثقافات الأخرى، لأنَّ الأمريكيان أكثر الأمم عدلاً وتسامحاً وهم النموذج الأفضل للمستقبل، والأقدر على قيادة العالم.⁽⁴⁾

(1) جاسم، صهيب: مواجهة العولمة تبدأ باللغة، 28-8-2001م، موقع إسلام على الطريق على شبكة المعلومات الدولية، 2001م.

(2) الفاوي، عبد الفتاح أحمد، الثقافة العربية في عصر العولمة: الأهرام، 22/02/2001م.

(3) زعتري: العولمة واللغة العربية، مصدر سابق

(4) الإسلام والعولمة: مصدر سابق ص 13-14.

ويقول شتراوس هوب في كتابه (توازن الغد): "إنَّ المهمة الأساسية لأمريكا توحيد الكرة الأرضية تحت قيادتها، واستمرار هيمنة الثقافة الغربية، وهذه المهمة التي لا بد من إنجازها بسرعة في مواجهة نمور آسيا وأي قوى أخرى لا تنتمي للحضارة الغربية".⁽¹⁾

إذاً من الأهداف الثقافية للعوامة: الترويج لفلسفة النظام الغربي الرأسمالي النفعي البرجماتي، وفرض الثقافة الغربية الوافدة، وجعلها في محل الصدارة والهيمنة في العالم وقهر الهوية الثقافية للأمم والشعوب الأخرى، على أن تظل الثقافات الأخرى محدودةً في نطاق السلوك الفردي لا تتعداه، فالدساتير والنظم والقوانين والقيم الأخلاقية يجب أن تستمد من الفلسفة المادية النفعية، ومن ثقافة الرجل الأبيض العلمانية، المناهضة للعقائد والشرائع السماوية.⁽²⁾

ويجدر أن نذكر هنا حقيقة مفادها أنَّ بعض المفكرين الأمريكيين يرون استحالة تحقيق الغرب لعوامة الثقافة بحيث تندرج الشعوب غير الغربية في الثقافة الغربية المنفردة، لأن كل ثقافة تحمل خصائص تاريخية ودينية وثقافية تجهل من الصعوبة أن يندمج فيها أصحاب الثقافة الأخرى، ومن هؤلاء الكاتب الأمريكي صمويل هنتنغتون صاحب كتاب صراع الحضارات. الذي كتب في عدد شهري نوفمبر- ديسمبر 1996م من مجلة (شؤون خارجية) دراسة تحت عنوان مثير للغرابة: (الغرب متفرد وليس عالمياً) يقول فيها: "إن شعوب العالم غير الغربية لا يمكن لها أن تدخل في النسيج الحضاري للغرب، حتى وإن استهلكت البضائع الغربية، وشاهدت الأفلام الأمريكية، واستمعت إلى الموسيقى الغربية، فروح كل حضارة هي: اللغة والدين والقيم والتقاليد والعادات، وحضارة الغرب تتميز بكونها وريثة الحضارات اليونانية والرومانية، والمسيحية الغربية

(1) الصوراني، غازي: دراسة حول البعد التاريخي والمعاصر لمفهوم العوامة، 2000 من إصدار منتدى الفكر الديمقراطي الفلسطيني، ص 80.

(2) الإسلام والعوامة: مصدر سابق ص 95-96، العوامة وآليات التهميش في الثقافة العربية: مصدر سابق، ص 10-11.

والأصول اللاتينية للغات شعوبها، والفصل بين الدين والدولة، وسيادة القانون والتعددية في ظل المجتمع المدني، والهياكل النيابية والحرية الفردية".⁽¹⁾

يقول الباحث د. محمد أمخرون: "ومن المؤكد أنّ المستهدف بهذا الغزو الثقافي هم المسلمون. وذلك لما يلي:-

أ - ما تملكه بلادهم من مواد أولية هائلة يأتي على رأسها النفط والغاز وثروات طبيعية أخرى.

ب - ما ثبت لهم عبر مراكزهم وبحوثهم وجامعاتهم ومستشرقهم من أنّ هذه الأمة مستعصية على الهزيمة، إذا حافظت على هويتها الإسلامية، ومن ثمّ فالطريق الوحيد لإخضاعها يتمثل في القضاء على تفرد شخصيتها، وإلغاء دينها ومنهجها للحياة الذي يبعث في الأمة الرفض لكل أشكال الاحتلال والسيطرة".⁽²⁾

ج - الحفاظ على أمن الكيان الاستعماري الصهيوني (إسرائيل) في قلب العالم الإسلامي، وهو من أهم أهداف العولمة في بلاد العرب والمسلمين.

د - لاعتقادهم أنّ الحضارة الإسلامية بعقيدتها وشريعتها، ونظام أخلاقها، وإنجازاتها التاريخية هي النقيض الوحيد الشامل لفلسفة العولمة، وفلسفتها وأنظمتها، وقيمها الهابطة في هذه الدنيا التي نعيش فيها.

ثانياً: وسائل العولمة:

يقول المفكر الإسلامي الألماني الدكتور مراد هوفمان: العولمة تتبنى الوسائل المريبة الزاحفة لتمزيق الأمة الإسلامية، والطغيان على قيمها السامية بالعمل على شيوع القيم

(1) انظر ما كتبه في دراسته المثيرة:

The West: unique, not universal - Foreign affairs - v:6 n:75 - nov./oct 1996 page 28. .

(2) أمخرون، محمد: العولمة بين منظورين، مجلة البيان، عدد 145 السنة 14، 1420 هـ - 1999 م ص 126-127.

المتدنية التي تصاحب بالغزو الفكري، والاستهلاكي مثل: طغيان الاستهلاك والنهم المادي، وشيوع العنف، والجنس، والمادية، والفردية، والافتتان بالثروة والسعي إليها بأي سبيل والتخلي عن القيم.

لقد لجأت القوى الرأسمالية الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية إلى الوسائل التالية من أجل تحقيق الأهداف المنشودة من وراء العولمة الثقافية. ومنها:-

1- تسخير القوى العلمانية الداخلية من الكتاب ورجال الإعلام، ورجال التربية لصالح العولمة، تجنيد المفكرين وهؤلاء الكتاب يروجون للأفكار العولمة والكونية، ويؤكدون أن الشعور بالولاء لأمة أو وطن قد أصبح من مخلفات الماضي التي يحسن إهمالها ونسيانها.. ويؤيدون التدخل الأجنبي في التفكير وطرائق الحياة على شعوب العالم، والتدخل في المناهج التعليمية في الدول المختلفة ومنها الإسلامية، لتغيير عقول الناشئة، وتذويب هويتهم الثقافية والاعتقادية، ومن ثم تهيئتهم لتقبل ما تبث وسائل الإعلام الأمريكية من قيم مادية هابطة.⁽¹⁾

2- إحلال الثقافة الغربية بدل الثقافة الإسلامية من خلال اللغة: إذ اللغة أداة مهمة اعتمدتها قوى العولمة في بسط هيمنتها الثقافية، ففي هذا الجانب يشير الكاتب صامويل هانتينغتون إلى أن العالم يتوجه نحو حرب حضارية تكون فيها القيم اللغوية والرمزية هي الحدود القتالية. ويذهب السياسي الفرنسي بينو في نفس الاتجاه عندما يقول لقد خسرت فرنسا إمبراطورية استعمارية، وعليها أن تعوضها بإمبراطورية ثقافية".⁽²⁾ فتم نشر اللغة الإنجليزية، من خلال الملابس والأزياء، والمأكولات، والمنتجات الغربية، وإقامة المطاعم الأمريكية

(1) العلي، أحمد عبد الله: العولمة والتربية، دار الكتاب الحديث، الكويت 2002م، ص 21.

(2) عبد الله، موسى: رؤيتنا الثقافية وتحديات العولمة، مجلة النبأ، عدد 59، 2001/1422م.

(ماكدونالدز)، وإقامة شركات إنتاج المواد الغذائية الأمريكية، ومن أمثلتها شركة (كوكا كولا) للمشروبات الغازية.

3- استخدام شبكات الاتصال الحديثة: كالأقمار الصناعية، والقنوات الفضائية، وشاشات الحاسوب، لإحداث التغيرات المطلوبة لعولمة العالم ثقافياً.⁽¹⁾

4- السيطرة والتحكم بجميع وسائل تجهيزات المعلومات والحاسوب، وغزو الفضاء. يقول رئيس وزراء ماليزيا مهاتير محمد: "إنكم ستتفاجئون عندما تعرفون أن 50% من التعاملات المالية عبر الإنترنت في مجال المنتجات الإباحية. وبينما نحن المسلمون نغطي عوراتنا بكل طاعة واتباع لديننا فإننا نُجرّ لتنزِيل أفحش الصور والأفلام من الإنترنت. وتتهدد أخلاقنا وأخلاق أطفالنا والأجيال القادمة حتى يصبح اعتناقنا للإسلام بلا معنى، ولا نعلم عن التقنيات أو الأساليب التي نواجه بها ذلك".⁽²⁾

5- الشركات متعددة الجنسيات التي تقوم بإحداث هذه التغيرات والتعديلات، مع الاستعانة بجهود هيئات ومؤسسات أخرى، منها المؤسسات المالية الدولية، كصندوق النقد والبنك الدولي، ومنها وكالات الأمم المتحدة المختلفة العاملة في ميادين التنمية والثقافة.

6- امتلاك الشركات الضخمة التي تنتج الثقافات الشعبية كالسينما والموسيقى، وعبر الزيادة الضخمة في الإعلان، فقدرات الشركات الإعلامية الضخمة تتجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات. لقد أصبح معلوماً التفوق الأمريكي في صناعة الأفلام والموسيقى، وتمتعها بسوق خارجية ضخمة في ظل

(1) الإسلام العولمة: مصدر سابق، ص 97-98، العولمة لأبو زعور: مصدر سابق، ص 42.

(2) محمد، مهاتير: الإسلام والعولمة، ترجمة صهيب جاسم - كوالامبور، موقع الإسلام على الطريق. "www.islamonline.net/Arabic"، شبكة المعلومات الدولية.

انتشار التلفزيون، والأقمار الصناعية، وقنوات الفضاء التي أدخلت البث التلفزيوني إلى كل بيت في العالم.

تشير إحصاءات منظمة اليونسكو عن الوطن العربي إلى أنَّ شبكات التلفزيون العربية تستورد ما بين ثلث إجمالي البث كما في سوريا ونصف هذا الإجمالي كما في تونس والجزائر، أما في لبنان فإن البرامج الأجنبية تزيد علي نصف إجمالي المواد المبتوثة إذ تبلغ 58,5% وتبلغ البرامج الأجنبية في لبنان 69% من مجموع البرامج الثقافية، ولا تكتفي بذلك، بل وغالب هذه البرامج ييثر من غير ترجمة، وثلاثا برامج الأطفال تبث بلغة أجنبية من غير ترجمة في معظمها.⁽¹⁾

7- استخدام وسائل الدعاية والإعلام: إن الشركات الاعلامية المتعددة الجنسيات تمتلك إمكانيات ضخمة لاختراق الحدود القومية والثقافية، وحرصت هذه الشركات الاعلامية على العمل عبر وكلاء محليين، وتتخذ هذه العمليات أنماطاً وصيغاً مختلفة، فمثلا توجد اتفاقيات لإعادة البث وشراء البرامج، أو الإنتاج المشترك للمواد والمضامين الاعلامية، علاوة على توجيه استثمارات مباشرة.⁽²⁾

إنَّ طغيان الإعلام والثقافة الأمريكيتين في القنوات الفضائية دفع وزير العدل الفرنسي جاك كوبون أن يقول: "إنَّ شبكة المعلومات الدولية بالوضع الحالي شكل جديد من أشكال الاستعمار، وإذا لم نتحرك فأسلوب حياتنا في خطر، وهناك إجماع فرنسي على اتخاذ كل الإجراءات الكفيلة لحماية اللغة الفرنسية والثقافة الفرنسية من التأثير الأمريكي".⁽³⁾

(1) الثقافة العربية في عصر العولمة: مصدر سابق.

(2) إنتاج الثقافة الموحدة للعالم: مصدر سابق.

(3) أمخور: العولمة بين منظورين: مصدر السابق

يقول العالم الأمريكي المعروف ناعوم تشومسكي: "إنّ العولمة الثقافية ليست سوى نقلة نوعية في تاريخ الإعلام، تعزز سيطرة المركز الأمريكي على الأطراف، أي على العالم كله".⁽¹⁾ ولقد هاجم وزير الثقافة الفرنسي هجوماً قوياً أمريكا في اجتماع اليونسكو بالمكسيك وقال: "إنّي أستغرب أن تكون الدول التي علّمت الشعوب قدراً كبيراً من الحرية ودعت إلى الثورة على الطغيان هي التي تحاول أن تفرض ثقافة شمولية وحيدة على العالم أجمع. ثمّ قال: إنّ هذا شكل من أشكال الإمبريالية المالية والفكرية، لا يحتل الأراضي، ولكن تصدر الضمائر، ومناهج التفكير واختلاف أنماط العيش". وتبعاً لهذه السياسة قررت فرنسا أن تكون نسبة الأفلام الفرنسية المعروضة باللغة الفرنسية في التلفاز الفرنسي 60%. وفي المقاطعات الكندية بلغت الهيمنة الأمريكية في مجال تدفق البرامج الإعلامية والتلفاز إلى حد دعا مجموعة من الخبراء إلى التنبيه إلى أن الأطفال الكنديين، أصبحوا لا يدركون أنّهم كنديون لكثرة ما يشاهدون من برامج أمريكية.⁽²⁾

5- استخدام المعونات والمنح والقروض الأمريكية، وربطها بتنمية الاتجاهات الثقافية الموالية للسياسة الأمريكية. ومسايرة الوجه الثقافي والتربوي للعولمة.

6- التوسع في قبول الطلاب الأجانب في الجامعات والمعاهد الغربية، ففي أمريكا وحدها أكثر من عشرين ألف جامعة ومعهد، مهمتها القيام بالبرامج الثقافية التي ترسخ لديهم الثقافة الغربية، وتستخدمهم وسائل إضافية للعولمة. لقد نجحت أمريكا في تطوير صناعة ثقافية موجهة لشريحة الشباب داخل وخارج أمريكا، وهم الشريحة الأوسع على مستوى العالم، وهم رجال المستقبل الذين سيشغلون في مجتمعاتهم مواقع التأثير والنفوذ. ولقد فتحت أمريكا معاهدها

(1) المصدر السابق.

(2) غزاوي: مجلة المعرفة، سنة 38 عدد 432 تشرين الأول 1999م، العولمة من منظور إسلامي: مصدر سابق.

وجامعاتها أمام الطلبة من أنحاء العالم، وهؤلاء يشكلون النخب في بلدانهم بعد عودتهم إليها بما يحملون من الأنماط الثقافية وطرق التفكير المقتبسة من أمريكا⁽¹⁾. يذكر أحد الغربيين أسلوب صناعة الفكر الغربي لدى الطلبة الشرقيين فيقول: "كنا نحضر أولاد الأشراف والأثرياء والسادة من أفريقيا وآسيا، ونطوف بهم لبضعة أيام في أمستردام ولندن، فتتغير مناهجهم، ويلتقطون بعض أنماط العلاقات الاجتماعية، فيتعلمون لغتنا، وأسلوب رقصنا وركوب عرباتنا، ثم نعلمهم أسلوب الحياة الغربية، ثم نضع في أعماق قلوبهم الرغبة في أوروبا، ثم نرسلهم إلى بلادهم⁽²⁾."

7- استغلال واستخدام ما يسمى بالديمقراطية وحقوق الإنسان، واعتبارات الحياة المعاصرة، ومواثيق الأمم المتحدة في محاربة منظومة القيم الثقافية، ومجموعة التشريعات والأنظمة الإسلامية السائدة في المجتمعات الإسلامية.

8- استغلال المؤتمرات الاقتصادية، ومؤتمرات التنمية والسكان، التي تعقد في كافة دول العالم، واستخدامها للترويج لثقافة وفكرة العولمة.

9- إشاعة ثقافة فن الرقص والغناء والموسيقى، من خلال تنظيم المهرجانات الفنية الغنائية والموسيقية، واللقاءات الشبابية (للبنين والبنات)، التي تشترك فيها فرق ووفود من كل أنحاء العالم، وتوظيفها لخدمة ثقافة العولمة وتحقيق أهدافها.

10- بناء الشركات الضخمة المنتجة للثقافة، وتحقيق اندماجات كبيرة تزيد من فاعلية تلك الشركات، وكان من تلك الاندماجات وأكبرها ما حدث مؤخراً

(1) خليل، عماد الدين: تحديات النظام العالمي الجديد، موقع الإسلام على الطريق (www.islamonline.net/Arab) على شبكة المعلومات الدولية.

(2) العمر، ناصر بن سليمان: آثار أخرى للعولمة الثقافية، موقع (<http://www.almoslim.net>) على شبكة المعلومات الدولية.

بين شركة أميركا أون لاين كبرى شركات الانترنت وشركة تايم وارنر عملاق قطاع الإعلام، وبذلك ستشكل الشركتان إمبراطورية هائلة يمتد نشاطها من المجلات وأفلام السينما إلى "الانترنت"، وهي ستزيد في إغراق السوق الثقافية بمنتجاتها المنتمية إلى ثقافة واحدة مهيمنة. يقول ستيف كيس رئيس أميركا أون لاين ومديرها التنفيذي: نحن نبدأ القرن الجديد بشركة جديدة فريدة تمتلك أصولاً لا مثيل لها، وهي ستكون ذات قدرة تأثيرية هائلة على المجتمع...وبالاندماج مع تايم وارنر سنغير بشكل كبير أسلوب تلقي الناس للمعلومات واتصالاتهم بالآخرين.⁽¹⁾

المطلب الرابع: دور المؤسسات الثقافية والعلمية الإسلامية في مواجهة أخطار العولمة الثقافية:-

اتضح معنا أنَّ العولمة تستند استناداً مباشراً إلى الحضارة الغربية المعاصرة التي توجهها المبادئ اللادينية الوضعية، التي لا تؤمن بالله تعالى والنبوات، ولا بالغيبات الدينية. ومن هنا تشيع الحياة المادية والإلحادية عبر شبكاتها وأجهزتها العالمية، بأساليب ووسائل تقوم على الإغراء والخداع في غاية التأثير في النفس الإنسانية، إنها تؤثر في مئات الملايين من المسلمين مباشرة أو بصورة غير مباشرة، فتؤدي إلى الإنكار والتشكيك، إنها تفقد الإنسان المسلم كيانه وشخصيته، تفقده عقله وقلبه وروحه، وتفرغه من أصول الإيمان والأخلاق الحميدة، إنه ليست هنالك حضارة أو أمة على وجه الأرض ستتأثر بالعولمة كما سيتأثر بها المسلمون والحضارة الإسلامية. ودراسة العولمة بكل أبعادها دراسة واعية متفحصة، تثبت ولا شك أن المسلمين جميعاً هم الهدف الأهم للعولمة الأمريكية الرأسمالية. وذلك لعاملين:-

(1) إنتاج الثقافة الموحدة للعالم: مصدر سابق.

أ - ما تملكه بلادهم من مواد أولية هائلة يأتي على رأسها النفط والغاز وثروات طبيعية أخرى.

ب - ما ثبت لهم عبر مراكزهم وبحوثهم وجامعاتهم ومستشقيهم إنَّ هذه الأمة مستعصية على الهزيمة، إذا حافظت على هويتها الإسلامية، ومن ثمَّ فالطريق الوحيد لإخضاعها يتمثل في القضاء على تفرد شخصيتها، وإلغاء دينها الذي يبعث فيها الثورة والرفض لكل أشكال الاحتلال والسيطرة.⁽¹⁾

ولذا فإننا ندعو إلى احتفاظ المسلمين بهويتهم الإسلامية وشخصيتهم المستقلة المتميزة حسب عقيدتهم ومنهاج دينهم، والمحافظة على الفكر الإسلامي في منابعه الأصيلة، وإعادة تماسك الأمة الإسلامية، مع الإفادة من خير ما أنجزته المدنية الغربية والعلم الغربي، مع عدم الأخذ من الثقافة نفسها إلا ما كان منها لا يتعارض مع هوية الأمة الإسلامية وشخصيتها وثقافتها الأصيلة.

إنَّه لا مفر من أمام مفكرينا ومثقفينا من مواجهه المشاكل المترتبة على اختراق ثقافة العولمة بعقل الواثق بحضارته الإسلامية، والواثق بنفسه، المتمكن من قدراته وطاقاته. إنَّ الواجب الديني والإنساني- باعتبارنا الأمة الوسط أمة الشهادة على الناس (وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ) البقرة:143- يوجب علينا أن نشارك مشاركة إيجابية فعالة في العولمة، بأن نعمل على الحد من اندفاعها المدمر لجوهر الإنسان، خاصة وأن هذه العولمة تركز على حرية الإنسان الفرد من تحريره من كل قيود الدين والأخلاق والأعراف النبيلة، تريد أن تصل به إلى مرحلة العدمية ليصبح أسير الشركات العالمية الكبرى التي تستغله أسوأ استغلال مما تنتجه من سلع استهلاكية، وبما تقدمه من وسائل وبرامج ترفيهية، تصيبه بالخواء الروحي والفراغ الداخلي، إنَّه لا بد أن نعمل جاهدين لتعديل مسار العولمة وتقويم توجهاتها، ونقدها في ضوء عقيدة الأمة وثقافتها

(1) العولمة بين منظورين، مصدر سابق، بن أحمد، مالك بن إبراهيم: العولمة في الإعلام، البيان، العدد 114. ذو الحجة 1420 / آذار 2000م.

ورسالتها في الحياة، كما أننا بحاجة لنقد ذاتي يفحص مواطن الضعف لدينا، ويكتشف أوجه الخطأ والتقصير، حتى نسهم في بناء الحضارة المعاصرة كما أسهم سلفنا من علماء الأمة في بناء صرح حضارة الإسلامية شامخة قدمت عطاءها الغزير للإنسانية كلها.⁽¹⁾

ونرى أيضاً ضرورة مواجهة منجزات العولمة، وتحدياتها بشجاعة وإيمان، فلا بد من الفحص والتمحيص، والنقد والاختيار، فالمسلم صاحب عقيدة، ورسالة عالمية، وثقافة أصيلة، ومنهج شامل في الحياة، وعليه أن يحمل رسالته الربانية للناس جميعاً، وعليه أن يجمع بين حسنات ما عنده وحسنات ما عند الآخرين، فالنافع والصالح يبحث عنه ويأخذ به، مع المحافظة على الأصول الإسلامية، مع ضرورة نقد قوي لجريء للعولمة واتجاهاتها وثقافتها المادية، ومواجهتها وجهاً لوجه.

ولقد شكت كثير من الدول الغربية من تأثيرات العولمة الثقافية في بلدانها، وبعض هذه الدول اتخذ عدداً من الإجراءات لحماية بلدانها منها. فوزيرة الثقافة اليونانية ملينا يركورى ترى أن بلدها قد غزتها الثقافة الأمريكية. وصرح وزير الثقافة الفرنسي في السبعينات أنه خائف من وقوع الشعب الفرنسي ضحية للاستعمار الثقافي الأمريكي. ثم وزير الثقافة الفرنسي الحالي "جاك لانق" يشن حملة شديدة على القنوات التلفزيونية التجارية، فقال: إنها أصبحت صنابير تتدفق منها المسلسلات الأمريكية، حيث لاحظ أنه في يوم الأحد، وفي الساعة الواحدة ظهراً، خمس قنوات فرنسية تبث مسلسلات أمريكية، مع أن عدد القنوات الفرنسية ست قنوات فقط، أي أكثر من 80% تبث الثقافة الأمريكية. وفي فرنسا عندما شعر الرئيس الفرنسي "شارل ديغول" بخطورة تأثير الأفلام الأمريكية على الثقافة الفرنسية، قام بعدة إجراءات منها:-

- 1- إلغاء الاعتماد على الدولار كعملة احتياطية.
- 2- الانسحاب من الحلف الأطلسي.
- 3- إعادة النظر في العلاقات الثقافية، والسياسية مع أمريكا.⁽²⁾

(1) الإسلام في عصر العولمة: مصدر سابق ص 19، 28، 30.

(2) آثار أخرى للعولمة الثقافية: ناصر العمر، موقع المسلم "http://www.almoslim.net" على الإنترنت.

وقد أعلن صراحة أن تلك الإجراءات لحماية لفرنسا من الاستعمار الثقافي الأمريكي. وصرح وزير خارجية كندا عام 1976م بأن برامج التلفزيون الأمريكي تدفع كندا نحو الكارثة، وأيضاً "بيار تروودو" رئيس وزراء كندا فقد شكّا من تأثير الغزو الثقافي الأمريكي على الكنديين.⁽¹⁾ حيث أثبتت بعض الدراسات أن هناك بعض الأطفال الكنديين لا يعرفون أنهم كنديون؛ لتأثرهم بالبرامج الأمريكية التي تبث إلى كندا.⁽²⁾

وما أحسن ما عبّر عنه الكاتب المصري فهمي هويدي معلقاً على دخول البث التلفزيوني إلى تونس، حيث قال: "خرج الاستعمار الفرنسي من شوارع تونس عام 1956م، ولكنه رجع إليها عام 1989م، لم يرجع إلى الأسواق فقط، ولكنه رجع ليشاركنا السكن في بيوتنا، والخلوة في غرفنا، والمبيت في أسرة نومنا. رجع ليقضي على الدين، واللغة، والأخلاق، كان يقيم بيننا بالكُره، ولكنه رجع لنستقبله بالحب والترحاب، كنا ننظر إليه فتمقته، أما الآن فنتلذذ بمشاهدته، والجلوس معه إنه الاستعمار الجديد، لا كاستعمار الأرض، وإنما استعمار القلوب، إن الخطر يهدد الأجيال الحاضرة، والقادمة، يهدد الشباب والشابات والكهول والعفيفات والآباء والأمهات."⁽³⁾

وللحفاظ على اللغة العربية من طغيان العولمة الذي يستهدفها لابد من عمل التالي:-
أ- إعادة النظر فيما يعرض من البرامج عبر وسائل الإعلام المرئي والمسموع ليكون المعروف مؤصلاً للثقافة العربية وداعماً للغة العربية الأم.
ب- إنتاج برمجيات الحاسب الآلي المتطورة والقادرة على التعامل مع النص العربي لسهولة تسويقه عبر الشبكات العالمية، وأيضاً برمجيات لتيسير الترجمة

(1) مجلة الإمامة، السعودية، الرياض، عدد 1038.

(2) الهيدان، محمد بن عبد الله بن صالح: البث المباشر: آثار وأخطار: موقع مفكرة الإسلام <http://islammemo.com> " على شبكة المعلومات الدولية.

(3) هويدي، فهمي، الأهرام، عدد 1989/6/27م.

البنية بين العربية واللغات الأخرى، ليحصل التفاعل الثقافي على أساس العالمية العلمية لا العولمية الغربية.

ج- استخدام وسائل العولمة وتقنياتها المتطورة لنشر الإنتاج الثقافي العربي عبر الصورة والصوت مع الاهتمام بوجوده لينجذب إليه المتلقي العربي فيستهلكه بدلا عن الإنتاج الغربي.

د- تعريب المناهج العلمية والعملية التطبيقية في كل الفروع العملية والثقافية. والعمل على حرية تنقل الكتاب، ووسائل المعرفة بين البلاد العربية. ورفع الحظر عن ذلك لتعميق الوحدة الثقافية بين البلاد العربية، وتقوية الأواصر بين الناس والمصادر الأصلية في تلقي اللغة، ومنها الأسرة والمدرسة.⁽¹⁾

إن الأمة العربية والإسلامية بالرغم من أنها تعيش حالة تجزئة سياسية، وحالة تخلف اقتصادي وتقني، إلا أنها تمتلك إمكانيات متعددة اقتصادية وثقافية وغيرها، وإذا ما أحسن توظيفها وإعادة ترتيبها وتنسيقها، يمكن أن تشكل حالة مؤثرة وفاعلة، وبالتالي تشكل حالة أمان قوي في مواجهة العولمة. "وإن المقومات الثقافية والقيم الحضارية التي تشكّل رصيدنا التاريخي، لن تُغني ولن تنفع بالقدر المطلوب والمؤثر والفاعل في مواجهة العولمة الثقافية، مادامت أوضاع العالم الإسلامي على ما هي عليه، في المستوى الذي لا يستجيب لطموح الأمة. ولا يحسن بنا أن نستنكف من ذكر هذه الحقيقة، لأن في إخفائها والتستر عليها، من الخطر على حاضر العالم الإسلامي ومستقبله، ما يزيد من تفاقم الأزمة المركبة التي تعيشها معظم البلدان الإسلامية على المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية".⁽²⁾ ولقد أكد الدكتور عز الدين موسى- أستاذ التاريخ بكلية الآداب بجامعة الإمام- أن الفكر الإسلامي يستطيع أن يلحق بالعولمة هزيمة نكراء، لأن العولمة تحمل بذور فنائها

(1) العولمة واللغة العربية: مصدر سابق.

(2) العولمة والحياة الثقافية في العالم الإسلامي، مصدر سابق.

داخلها، كما أنَّ العولمة تُهزم الآن داخل المجتمعات الأوربية، إذ بدأوا يتحدثون هناك عن الدولة الإثنية، وسيأتي الدور على أمريكا، مبيناً أن جوهر الإسلام يقوم على التعددية وأنَّ الوحدة لله تعالى فقط، منوهاً إلى أن الإسلام له دور كبير في عالم اليوم إذا أحسن المسلمون تأويله وتأصيله ومخاطبة العالم بلغة العصر.⁽¹⁾

إنَّ المشروع الإسلامي العالمي هو الذي نستطيع به مواجهة خطر العولمة. لأنَّه وحده الذي يملك مواصفات عقائدية، وتشريعية وثقافية وأخلاقية سليمة وصحيحة وقوية، ولأنَّها وحدها التي تنسجم مع السنن الربانية في الكون، وتتفق مع الفطرة الصحيحة والعقل الصريح، ويملك بالإضافة إلى ذلك تجربة تاريخية غنية، صاغت حضارة عالمية متميزة، ما زالت آثارها ماثلة في كل مكان. والأهمُّ من ذلك أنَّ هناك أمة عربية إسلامية ما زالت قائمة موجودة - رغم كل محاولات الإفساد والتضليل، والتشردم والتقطيع، والتجهيل، والإفقار الذي مارسه الأعداء نحوها - يجمعها دين واحد، وقبله واحدة، وكتاب واحد، ولغة واحدة، وتاريخ واحد، وعادات وتقاليد واحدة، ولديها إمكانيات مادية واقتصادية هائلة. إنَّ مواجهة العولمة توجب أن نتعامل معها من مراكز قوية تدلُّ على وحدة الأمة، وقوتها وتكاملها وأهدافها النبيلة لخيرها وخير البشرية جميعاً.

نطالب بضرورة قيام المخططين الاستراتيجيين من المفكرين والمثقفين والتربويين عند التخطيط للمستقبل بمراعاة مواجهة مشكلات العولمة ضمن هذا التخطيط، فيسلكون سبيل التحليل النقدي الهادئ، الذي يقترح حلولاً وردوداً عملية على المستجدات بدلاً من أن يفرع أمامها.

(1) ندوة في مواجهة العولمة، في إطار أسبوع الأدب الإسلامي الأول، جامعة الخرطوم الأربعاء 2003/10/22م. نقلاً عن موقع المشكاة (www.meshkat.net) على شبكة المعلومات الدولية.

إنَّه كي نحافظ على ثقافتنا ونحميها ينبغي على أصحاب القرار في الأمة العربية الإسلامية وقواها الحية أن تدركا أن الحفاظ على الثقافة العربية الإسلامية بجميع مكوناتها وتوفير الحماية لها، لا يتأتى إلا عبر تبني استراتيجية الفعل، والتي تحقيقها ونجاحها يرتبط أساساً بمدى فهمنا العميق لقوانين العالم وقواه ومعارفه وأدواته وسبل الأداء الناجح في ميادينهِ والاستجابة لتحدياته، ومن ثمة المشاركة في بناء حضارته باقتدار ونجاح لنحمي أنفسنا بل البشرية من حولنا.⁽¹⁾ سيبلنا إلى ذلك هو الإيمان والعلم والعمل. ولذا فإننا نطالب بضرورة

1- تنفيذ قرارات منظمة المؤتمر الإسلامي التي تتعلق بالإستراتيجية الثقافية للعالم الإسلامي الصادرة عن مؤتمر القمة الإسلامي الثالث، وقد تم التأكيد عليها في مؤتمر القمة الإسلامي الخامس، وصادق على مشروعها مؤتمر القمة السادس، كما صادق على قرار تنفيذها مؤتمر القمة السابع، ونطالب الدول العربية والإسلامية إدخال هذه الإستراتيجية في سياساتها الثقافية والتعليمية والتربوية.

2- وضع استراتيجية شاملة من المؤسسات التعليمية والثقافية المحلية، والمنظمات التربوية الإسلامية الإقليمية تهدف في مجملها: إلى مواجهة سلبيات العولمة في بعدها الثقافي، والاستفادة منها في إيجابياتها، وهذه الاستراتيجية تراعي الواقع الذي يعيشه الشباب المسلم، مع ملاحظة رد الاعتبار للإنسان المغيّب في عملية التنمية والبناء، وتهميش الطاقات والكفاءات الثقافية والعلمية، وتدهور وضع النظام التعليمي والبحث العلمي. مع ضرورة أن تحقّق هذه الاستراتيجية الأمور التالية:-

(1) عقلة، عرسان: ثقافتنا والتّحدي خطابنا وخطاب العصر، هامش 9، منشورات اتحاد الكتاب العرب دمشق 2000م.

1- مواجهة الثنائية التي تعاني منها المجتمعات المسلمة في الجانب الثقافي، منذ ما يقرب من قرنين، نتيجة احتكاكها مع الثقافة الغربية الوافدة، بتقنياتها وعلومها وقيمها الحضارية.

2- دراسة الوسائل والأساليب التي تساعد على نشر الثقافة والفكر الإسلامي، لأن المؤسسات الثقافية والعلمية هي الأقدر على مواجهة أخطار العولمة. ومن ذلك إعادة بناء المؤسسات الإعلامية، لتمثل الثقافة الإسلامية أصدق تمثيل، ولتكون قادرة على عولمة الثقافة الإسلامية والفكر الإسلامي. وتوظيف جميع مفردات الثقافة الإسلامية في مجالات التعليم، التربية، الإعلام، التجارة، الاقتصاد والسياسة.⁽¹⁾

لابد من التركيز على ترسيخ مفاهيم وقيم الثقافة الإسلامية في مواجهة مفاهيم الفوضى والإباحية والضياع، فنتيجة للعولمة الثقافية الإعلامية تعرضت جوانب كثيرة من الثقافة السائدة في البلدان الإسلامية لتشوهات واختلاط المفاهيم كالعادات المستحدثة والسلوكيات السائدة في أوساط الشباب الإسلامي، فقسم كبير منها هو تقليد للغربيين في عاداتهم وسلوكهم بدعوى التنوير والانفتاح. وانتشرت في بعض البلاد الإسلامية ألوان من الجرائم لم تعرف من قبل. أما الإنتاج الأدبي والفني فإنه في أغلبه يحمل مفاهيم الثقافة الغربية.⁽²⁾

3- تناول قضايا العصر الثقافية والاجتماعية، ودراسة انعكاساتها على الجوانب الثقافية والاقتصادية والسياسية من منظور المبادئ والأسس الإسلامية، والإجابة عما تثيره هذه القضايا من أسئلة وما تطرحه من مشكلات.

(1) الثقافة العربية الإسلامية وتحديات العولمة: مصدر سابق.

(2) الجوهري، محمد الجوهري حمد: العولمة والثقافة الإسلامية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م، ص 126.

4- تقوية اتجاهات الشباب المسلم بالتمسك بالعقيدة الإسلامية التي ارتضاها الله تعالى لنا، فالعقيدة هي التي تبصرهم بحقائق الحياة. إن مجرد كوننا مسلمين جغرافيين لا يكفي لإنجاز وعد الله لنا بالنصر في مواجهة أخطار العولمة، لأن الله سبحانه وتعالى يقول: (إِنْ تَنْصُرُوا اللَّهَ يَنْصُرْكُمْ وَيُثَبِّتْ أَقْدَامَكُمْ) سورة محمد:7، فهل نحن نصرنا الله تعالى فيما أمر به ونهى عنه؟

5- الاهتمام بتربية وتثقيف الشباب المسلم وتوجيههم، من خلال المحاضرات العلمية والتوجيهية، والدورات التربوية المستمرة أو المؤقتة. وإقامة المخيمات الشبابية الصيفية، والمهرجانات العامة والمؤتمرات، والعروض المسرحية، وكتابة الأفلام والمسرحيات التربوية والتثقيفية الهادفة، ومن ثم عرضها في المسارح ودور العرض السينمائية. وإعداد شخصية المسلم المعاصر إعداداً كاملاً من حيث العقيدة، والأخلاق والقيم، والمشاعر والذوق، والفكر والمادة، حتى تتكوّن الأمة الواحدة المتحضرة التي لا تبقى فيها ثغرة تتسلل منها إغراءات العولمة الثقافية اللادينية، والاجتماعية الجنسية الإباحية.⁽¹⁾

6- ترشيد وتوجيه الصحة الإسلامية- التي جاءت تعبيراً عن العودة إلى الإسلام، ورفض التغريب- والاستفادة من الصحة الإسلامية في مواجهة أخطار العولمة. وتهيئة صفوف الأمة للبناء، والتعمير، والحركة والتغيير.

7- إعداد مناهج دراسية تربوية جديدة تجمع بين الأصالة والمعاصرة في التربية الدينية، وعلوم اللغة العربية، والتاريخ والجغرافية، والوطنية العامة، وحتى الكتب العلمية الصرفة. فالمنهج والكتاب المدرسي في أي بلد له دور أصيل في بناء وتشكيل شخصية الأفراد، بل والمجتمع. كما أنه يعكس تطلّعات الأمة وطموحاتها وآمالها في أجيالها القادمة، وفي صورة المجتمع الحاضرة والمستقبلية. إن الواجب يملّي على مؤسساتنا ومعاهدنا العلمية والثقافية أن

(1) العولمة والمستقبل.. استراتيجية تفكير، مصدر سابق، ص 99.

تعد وتطوّر مناهج التعليم بما يعزّز مقومات الأمة ومركزاتها، وفق أسسها ومنطلقاتها العقديّة والشرعيّة، والفكريّة والقيميّة والاجتماعيّة، فهي وحدها الكفيلة بتعزيز وغرس التربيّة السويّة للأمة، وفق مفاهيم التربيّة الإسلاميّة الشاملة، التي تحافظ على تماسك المجتمع، وتحقق وحدته الفكرية، وهي وحدها التي تعينه على مواجهة التحديات الغربيّة وعلى رأسها تحديات العولمة.

8- إعداد البرامج الدراسيّة النافعة لأفراد المجتمع المسلم، التي تبني المنهج الشمولي في فهم الإسلام الذي يجمع بين العقيدة والشرعيّة، والسلوك والحركة والبناء الحضاري، وفق منهج أصولي سليم، يعتمد فقط على أسس العلم، ومقتضيات العقل، ومركزات الفطرة السليمة. وهذا يتطلب تغيير حياتنا منطلقين من قوله تعالى: (إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ) الرعد:11.⁽¹⁾

إنّ بعض الأسلحة المعاونّة للعولمة- بقصد أو غير قصد- هي تشجيع الفساد والانحلال والاستغراق في الشهوات، وتبذير المال القليل على مساهرة المظاهر وحُمى الاستهلاك، ويُحسن الشباب المسلم صنعاً إذا تعاونوا على مكافحة هذه الأوبئة من خلال المساجد، والمراكز الثقافية ووسائل النشر المتاحة. وواجب الشباب المسلم أن يُقبل بشجاعة وحماس على العلم النافع، واكتساب المعارف والمهارات، ولا سيما استخدام التقنيّة الحديثة التي باتت تفتح آفاقاً واسعة لإنسان الغد.⁽²⁾

(1) العولمة من منظر إسلامي: مصدر سابق. عصمة الحسين، العالم الإسلامي وتحديات العولمة، مجلة الكلمة، الصادرة عن منتدى الكلمة للدراسات والأبحاث، السنة الخامسة، العدد (19) ربيع 1998م-1419هـ ص 83.

(2) الشباب المسلم والعولمة: مصدر سابق.

9- العمل على تحقيق وحدة الأمة المسلمة، من خلال تحقيق وحدة العقول والثقافة، والقلوب والعواطف الإيمانية، والمصالح والأهداف، في إطار المؤتمر الإسلامي الحالي، والذي تتولد منه قوة سياسة ومعنوية واحدة، على أساس وحدة الأمة الواحدة، والمصير المشترك.

10- الاستفادة من رصيد الأمة العربية الإسلامية في ولوج عصر العولمة، وهذا يقتضي أن تسعى القيادات الفكرية والعلمية والدعوية إلى ترجمة حقيقة الأمة المسلمة الواحدة على أرض الواقع، وذلك بتحسين الهوية الثقافية التي قامت عليها هذه الأمة. وتكوين أجيال تشعر بانتمائها الإسلامي وانتسابها الحضاري للأمة العربية والإسلامية، لأبد من صياغة الفرد صياغة إسلامية حضارية، وإعداد شخصيته إعداداً كاملاً من حيث العقيدة والذوق والفكر والمادة، حتى تتكون الأمة الواحدة المتحضرة التي لا تبقى فيها ثغرة تتسلل منها إغراءات وسائل العولمة اللادينية الجنسية الإباحية.

11- إن المجتمعات العربية المسلمة لن تتقدم في عصر العولمة ما لم تتخلص من التبعية والتقليد للغرب، وتتبنى النموذج الإسلامي الحضاري الفريد حتى تستطيع المحافظة على كيانها وهويتها الثقافية والحضارية في ظل التنافس الحضاري والتدفق الحر للمعلومات. إنه لأبد من الردّ على الغزو الثقافي للعولمة من خلال الفكر الإسلامي، وفق المنهج العلمي السليم، وباستخدام جميع الوسائل التي يعتمد عليها من خلال كافة الجوانب الفكرية والفنية والأدبية، التي يعرضون من خلالها أفكارهم المناقضة للإسلام.⁽¹⁾

إنه لأبد ضرورة إبراز سماحة الإسلام، واتساعه للحوار مع غير المسلمين، وتوطيد العلاقات الإنسانية الكريمة بين الناس، ودعم أخلاق التعامل والتخاطب. وتصحيح فهم عالمية الإسلام باعتباره دعوة إنسانية موجهة لكافة الناس، وليس نظاماً

(1) العولمة من منظور إسلامي: مصدر سابق.

يسعى أتباعه إلى فرضه عنوة وقسراً على سائر الناس، وبيان الفرق بين الإسلام كحضارة ونظام للحياة كما يؤمن به المسلمون، وبين ما سماه الغربيون حديثاً "الأصولية" وهو ما نسميه نحن بتيار الغلو في الدين.⁽¹⁾

الحمد لله رب العالمين الذي أعانني ووفقني إلى كتابة هذا البحث. وأذكر هنا أهم النتائج التي توصلت إليها:-

- 1- إن لفظة العولمة تشمل مضامين تتعلق بكل جوانب الحياة الإنسانية. ولقد فرضت العولمة نفسها على الحياة المعاصرة على العديد من المستويات، سياسياً واقتصادياً، فكرياً وعلمياً، ثقافياً وإعلامياً، تربوياً وتعليمياً.
- 2- العولمة تحمل في طياتها كثيراً من الإنجازات التكنولوجية العلمية والثقافية، مما يمكن المسلمين الاستفادة منها، في نفع دينهم وشعوبهم المسلمة.
- 3- أن العولمة تستند استناداً مباشراً إلى الحضارة الغربية المعاصرة التي توجهها المبادئ اللادينية الوضعية. ومن هنا تشيع الحياة المادية والإلحادية عبر شبكاتها وأجهزتها العالمية بأساليب ووسائل في غاية التأثير في النفس الإنسانية.
- 4- لقد تضمنت العولمة مجموعة من الأخطار في الجانب الثقافي. وإن من أخطر أهداف العولمة الثقافية: تسييد الثقافة الرأسمالية لتصبح الثقافة العليا، التي تتجاوز الحدود التي أقامت الشعوب لتحمي كيانه وجودها وبقائها. وإن الثقافات الغربية الوافدة تشكل خطراً على الهوية العربية والإسلامية، وبخاصة في ظل الانفتاح على العالم الغربي وضعف التحصينات الداخلية للأمة المسلمة.

(1) أبو المجذ، أحمد كمال: العولمة والهوية ودور الأديان، مجلة المسلم المعاصر إصدار مؤسسة المسلم المعاصر.

- 5- لقد لجأت القوى الرأسمالية الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية إلى مجموعة من الوسائل من أجل تحقيق أهدافها من وراء العولمة الثقافية.
- 6- إنّ مواجهة العولمة في الجانب الثقافي من قبل المسلمين تتطلب: وضع استراتيجية شاملة تشترك في وضعها الحكومات المسلمة، والمؤسسات التعليمية والثقافية والمنظمات التربوية الإسلامية، تهدف في مجملها: إلى مواجهة سلبيات وآثار العولمة في بعدها الثقافي، والاستفادة منها في إيجابياتها.

الفصل الثاني عشر

ظاهرة العولمة وتأثيرها على البطالة

في الوطن العربي ودور الإعلام

الفصل الثاني عشر
ظاهرة العمالة وتأثيرها على البطالة
في الوطن العربي ودور الإعلام

يقال ان آخر قطرة من النفط ستكون في الوطن العربي وآخر قطرة ماء كذلك في الوطن العربي، وآخر لقمة عيش ايضا في الوطن العربي الذي حضى بكل مقومات العمل الانتاجي بحيث يتكامل فيه العمل والانتاج معا لذلك فان آخر عامل في العالم سيكون في الوطن العربي، بارتباطه بفكرة النفط والماء ولقمة العيش.

وعليه فالوطن العربي سلة العمل تتجلى فيها كل سمات العمالة بانواعها ، الزراعي والصناعي والاستخراجي والتحويلي والسوق (العام والخاص). وعليه لابد لي كباحث ان اسلط الضوء على العمالة الانية في الوطن العربي، أهي عاملة، ام خاملة؟
العمالة تاريخيا..

العمالة تاريخيا تمثلت بالعمل الزراعي وبنسبة تقارب 90%، وبنفس الوقت كانت هناك عمالة صغيرة تعمل في الحقول الصناعية التقليدية مثل الصناعات الجلدية والصناعات النسيجية وصناعة مستلزمات العمل الزراعي كالمناجل والفؤوس وغيرها.. ولم تكن هناك عمالة منتظمة لربط العلاقة بين الزراعة ومستلزماتها، حتى العاملين في حقل التجارة ايضا، حيث كانوا على صلة ايضا بالعمل الزراعي من خلال تجارتهم.. وتطورت العمالة قليلا منذ ذلك الوقت الى وقت الاستخراج النفطي في بداية القرن العشرين، حيث العمل الفني والصناعي، كما ان الصناعة النفطية في الوطن العربي جلبت الكثير من الصناعات التقليدية من اوربا وخاصة عن طريق البنوك والاستثمارات والصناعات ذات الصلة بالانتاج النفطي.

وفي الوقت الحاضر تطورت العمالة العربية لتشمل السمات العديدة ، منها الصناعية والتجارية والمالية والسياحية والزراعية بانواعها الانتاجية والتطبيقية.

الا ان وضع هذه القوى العاملة لايدعو للارتياح بل يحفز على القلق، وقد صدق تخوف الاستراتيجية العربية لتنمية القوى العاملة التي اقرت عام 1985 فيما جاء في مقدمتها.. " ان استمرار مستوى الانجاز في تكوين وتشغيل القوى العاملة العربية يهدد المستقبل بشكل خطير ، وسوف يكون مصير الوطن العربي يائسا اذا ما حل القرن الواحد والعشرين وما زالت غالبية سكانه تجهل مبادئ القراءة والكتابة والحساب⁽¹⁾ . وذلك في وقت يترسخ فيه مايعرف بالثورة التكنولوجية في تاريخ البشرية التي يقدر لها انعكاسات طاغية على مختلف وسائل الانتاج واساليب الحياة، عندئذ تكون الهوة السحيقة بين الوطن العربي والعالم المتقدم، وتكون التبعية لهذا الاخير شديدة الدرجة تسحق معها تطلعات هذا الوطن الى التحرير والتقدم "⁽²⁾.

كما ان البنك الدولي اورد في تقريره عن التنمية في العالم عام 1995 وتحديد ما جاء في ملحق هذا التقرير الذي كان بعنوان " هل تزدهر اوضاع العمال العرب في القرن الواحد والعشرين ام سيفوتهم القطار " حيث جاء في مقدمته " لقد انتقلت اقتصاديات معظم البلدان العربية من الازدهار الذي ساندته اسعار البترول المرتفعة والمعونات الاجنبية الى الازمات ، فتوقف القطاع العام في معظم هذه البلدان عن توظيف المزيد من العمال، كما ان فرص العمل في هذه الاقتصادات النفطية اصابها الركود، بينما ظل القطاع الخاص الحديث هامشيا في معظم البلدان العربية ويبدو ان المنطقة لاتستطيع حتى الان الافلات من انخفاض الانتاجية، دفع العمال لذلك ثمنا باهضا تمثل في هبوط الاجور الحقيقية والتزايد السريع للبطالة " .

كذلك اشار التقرير الاقتصادي العربي الموحد لعام 1999 الى عدد السكان في الوطن العربي والذي بلغ 270 مليون نسمة وهذا العدد سيكون في تزايد مستمر في المستقبل بسبب ارتفاع معدل النمو السكاني في معظم البلدان العربية والتي يتجاوز في بعض الاحيان 3% سنويا يتضح ان للواقع السكاني ومستقبله في الوطن العربي تاثيره

البالغ الاهمية على التطور الكمي والنوعي للعمالة في الوطن العربي، وان الغالبية العظمى من سكان الوطن العربي تتمركز في الدول العربية غير النفطية ويعاني بعضها من النقص في الموارد الطبيعية وراس المال.

ويتوزع سكان الوطن العربي بين الحضر والريف بنسبة 54 % و 46 % على التوالي، وبالرغم من التناقض التدريجي الذي طرأ على نسبة سكان الريف في الوطن العربي خلال العقود الماضية نتيجة تزايد الهجرة من الريف الى المدينة الذي ادى بدوره زيادة عرض القوى العاملة في سوق العمل في المناطق الحضرية ، ونتيجة عدم التوازن بين معدلات النمو الاقتصادي في المدن مع معدلات الهجرة الداخلية الذي ادى بدوره الى ارتفاع معدلات البطالة في المدن.

وللوقوف على وضع القوى العاملة في الوطن العربي يجدر بنا اولا الوقوف على اهم سمات العمالة في هذا الوطن لنميز نقاط الضعف والقوة فيه عن اي اجراء يتخذ في سبيل نمو هذه الطبقة وترقيتها الى المستوى الذي توصلت اليه وضع القوى العاملة العالمية في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة، والوقوف على حقيقة الوضع الراهن وتجاوزه بالطرق التي تكفل لهذه القوى ان تاخذ دورها حسب الواقع الحالي من تنمية بشرية جادة لمواكبة هذا التطور العالمي التي تاخرت عنه القوى العاملة العربية.

ويمكن ابراز اهم هذه السمات بما يلي:

1- يقدر حجم السكان ذوي النشاط الاقتصادي قرابة 104 مليون عام 2000، وتشير التقديرات الرسمية المعتمدة من قبل البلدان العربية الى حوالي قرابة 94 مليون عام 1997، والجدول رقم (5) يبين حجم القوى العاملة ونموها ونسبة ومساهمتها في النشاط الاقتصادي للبلدان العربية (1980-1997).

2- عدم امتلاك العمالة العربية الخبرة والمهارة والمعرفة في سوق العمل بسبب غالبية سكان الوطن العربي لازالوا يجهلون القراءة والكتابة ، في وقت تشهد البشرية الان مايعرف بالثورة التكنولوجية الهائلة مما ادى الى توسيع الهوة بين

الوطن العربي والعالم المتقدم وتكون التبعية لهذا الاخير شديدة الدرجة تسحق معها كل تطلعات هذا الوطن الى التحرير والتقدم.

3- تمتاز انتاجية الوطن العربي بالانخفاض الذي ادى بدوره الى انخفاض مستوى الاجور الحقيقية والذي اثر بدوره على الوضع الاجتماعي للقوى العاملة فيه.

4- عدم امكانية الاقتصادات العربية على تهيئة فرص العمل الكافي للداخلين الجدد لسوق العمل بسبب ضعف التنمية الاقتصادية وقلة الاستثمارات الكبيرة التي تستوعب الاعداد الكبيرة.

جدول رقم (5)

القوة العاملة في البلدان العربية ونموها (1980 - 1997)

المساهمة بالنشاط الاقتصادي 1997	معدل النمو السنوي % 1997-1980	حجم القوى العاملة بالالف	البلدان
32	4	9416	الجزائر +
37	2.6	23817	مصر +
28.6	3.4	1652	ليبيا +
46	2.3	1100	موريتانيا +
39.1	2.6	10748	المغرب
39.2	2.8	10945	السودان +
41.3	2.9	3562	تونس +
43.2	2.2	4411	الصومال +
44.6	3.8	260	البحرين -
27.1	2.9	5746	العراق +
13.4	5.3	1676	الاردن +
37.4	1.6	647	الكويت -
34	2.1	1068	لبنان -

26.9	3.9	645	عمان +
54.9	6.6	312	قطر -
32.6	4.9	6355	السعودية -
30.5	3.7	4559	سوريا +
49.8	4.5	1150	الامارات +
31.7	4.6	5163	اليمن +
20.1	5.5	635	فلسطين
--	--	166	جيبوتي
28.4		94028	المجموع

المصدر: منظمة العمل الدولية - تقرير التشغيل في العالم 98-1999 ص218

- 5- تتوزع القوى العاملة العربية بصورة شديدة التباين ، فاعليها ينتمي الى افريقيا في 9 بلدان تمثل 70 % من القوى العاملة العربية ، كما ان 38.2 % من هذه القوى العاملة العربية يستقطبها اتحاد بلدان المغرب العربي ومجلس التعاون الخليجي.
- 6- ان معدل نمو القوى العاملة يفوق معدلات نمو السكان فتموها يقارب 3 % وهذا النمو يتباين هو الاخر اذ تتراوح خلال الفترة 80 - 1997 بين 1.6 % الى 6.6 % وكان للهجرة الاثر البالغ بالتاثير على هذا التطرف في الحالتين كما هو موضح في الجدول رقم (5).
- 7- ان للعمالة الوافدة دورا هاما في التأثير على سوق العمل العربي وذلك لتدني مستوى اجورهم وكذلك ارتفاع مستوى التعليم والتكنولوجيا لدى هؤلاء بالاضافة الى الشفافية في عملهم دون اللجوء الى القضايا السياسية او الاجتماعية.
- اما مشاركة القوى العاملة في البلدان العربية لاحدث سنة وفق احصاءات منظمة العمل العربية يتوضح بالجدول رقم (6). الاتي:

جدول رقم (6)

معدل مشاركة القوة العاملة (15 سنة فأكثر) المنقح ولكلا الجنسين في البلدان العربية لحدث سنة متاحة

تسلسل	البلد	السنة	القوى العاملة
1	المملكة الاردنية الهاشمية	2006	37.80
2	الامارات العربية المتحدة	2005	76.50
3	مملكة البحرين	2005	66.40
4	الجمهورية التونسية	2005	46.30
5	الجمهورية الجزائرية الديمقراطية	2005	41.00
6	جمهورية جيبوتي	2005	64.00
7	المملكة العربية السعودية	2006	50.70
8	جمهورية السودان	2005	52.40
9	الجمهورية العربية السورية	2005	47.20
10	جمهورية الصومال	2005	72.00
11	جمهورية العراق	2005	49.00
12	سلطنة عمان	2005	38.60
13	دولة فلسطين/قطاع غزة	2005	67.60
14	دولة قطر	2005	78.84
15	دولة الكويت	2005	76.00
16	الجمهورية اللبنانية	2005	45.10
17	اجماهيرية العربية الليبية	2005	42.50
18	جمهورية مصر العربية	2005	49.70
19	المملكة المغربية	2005	52.10
20	الجمهورية الاسلامية الموريتانية	2005	47.10
21	الجمهورية اليمنية	2005	46.30
	المجموع	2005	53.30

المصدر:- تقديرات منظمة العمل العربية استنادا على مصادر وطنية وعربية ودولية

مكونات العمالة في سوق العمل

بعد التحري لمكونات سوق العمل وجد بان المخطط الاتي يمثل جملة افتراضات لهذه المكونات وكالاتي:

المخطط من تخطيط الباحث اعتمادا على مصدر:

ولتفسير هذا المخطط وتطبيقه على واقع سوق العمل في الوطن العربي لابد من اعطاء تعريف مبسط لكل مكون من مكونات الاطار العام للقوى العاملة. وكما موضح في المخطط اعلاه.

السكان: هم مجموعة من الناس يقطنون بقعة جغرافية معينة وتجمعهم صفات مشتركة كاللغة والعادات والتقاليد والتاريخ والدين، ويمتاز حجم السكان بالتباين من بلد الى اخر، وهذا التباين هو اساس قياس حجم العمالة في اي بلد ما.

زيادة عدد السكان في اي بلد يؤدي بدوره الى ازدياد القوى العاملة في المجتمع وزيادة الانتاج.

القوى البشرية: تشمل هذه الفئة كل من ينطبق عليه مفهوم البطالة ، اي جميع الافراد الذين ينتمون لسن العمل ويعملون ويضم ذلك اصحاب العمل، المستخدمين باجر، العاملين لحسابهم او في مصالحهم الخاصة. وتقسم القوى البشرية الى قسمين:
اولا: داخل القوى البشرية... التي تشمل:

1- العاطلون عن العمل.. وتشمل هذه الفئة جميع الافراد الذين ينتمون الى سن العمل ولم يعملوا ولكنهم يبحثون عن العمل ولكن دون جدوى.

2- العاملون.. تشمل هذه المجموعة جميع الافراد الذين ينتمون لسن العمل وينطبق عليهم مفهوم العمالة والبطالة ، وينقسم العاملون الى:

أ- عمالة محدودة.. وتضم هذه المجموعة جميع الافراد الذين ينطبق عليهم مفهوم العمالة ويعملون بصورة غير اعتيادية ، سواء كانوا يعملون عدد ساعات اقل من المعتاد لسبب من الاسباب والذين يرغبون في ذات

الوقت بزيادة عدد ساعات عملهم الى العدد الطبيعي 35 ساعة فاكثر اسبوعيا، ويحاولون زيادة هذا العدد باحدى الطرق، كالبحث عن عمل اضافي او يحاولون تاسيس عمل خاص او مصلحة خاصة.

كذلك يندرج ضمن العمالة المحدودة اولئك الذين يرغبون بتغيير عملهم لاسباب اقتصادية مثل عدم كفاية الراتب او بسبب ظروف العمل السيئة وهذا النوع يسمى بالعمالة المحدودة غير الظاهرة.

ب- عمالة تامة.. ويقصد بها تلك الوظيفة التي يباشر الفرد فيها العمل 35 ساعة فاكثر خلال اسبوع اعتيادي، ولكن هناك مهن يكون عدد ساعات العمل فيها اقل من 35 ساعة ، في هذه الحالة يعتبر عدد ساعات المهنة الاعتيادية هو المعيار لكون الوظيفة تامة.

ثانيا: خارج القوى العاملة...

تشمل هذه الفئة من السكان جميع الافراد الذين ينتمون لسن العمل (ضمن القوة البشرية) ولكنهم لايعملون، ولايبحثون عن عمل، ولا حتى مستعدين للعمل سواء بسبب عدم رغبتهم في العمل او لأسغنائهم عن التكسب عن طريق العمل او لاسباب اخرى. ويصنفون في الفئات التالية:

1- العاجز.. هو الفرد الذي لايمكنه ممارسة اي نوع من العمل بسبب اصابته بمرض مزمن او بسبب اعاقة معينة.

2- كبير السن.. هو الفرد الذي لايعمل ولايمكنه العمل بسبب تقدمه في السن.

3- طالب الدراسة.. هو الفرد الذي يواظب على دراسة منتظمة بهدف الحصول على مؤهل علمي وغير مرتبط بعمل معين.

4- الزاهد في العمل.. هو الفرد الذي ينتمي لسن العمل ولكنه غير مرتبط بأي نوع من العمل، ولايبحث عنه، وحتى غير مستعد للعمل وغير مرتبط بدراسة منتظمة بهدف الحصول على مؤهل علمي.

5-.. اليأس عن العمل.. هو الشخص الذي بحث عن عمل ولم يجد له فرصة فيه ويعاود لمرات عدة ولكن دون جدوى لذلك اصابه اليأس من ايجاد فرصة عمل.

6- المتفرغ لاعمال المنزل.. هو الفرد ذكر كان او انثى غير المشتغل وغير المواضب على دراسة معينة ، ويقوم باعمال المنزل بهدف خدمة الاسرة وطبعا لايشمل ذلك خدمة البيوت الذي يتقاضى عليها اجر نقدي او عيني لان هذه الخدمة تدخل في ضمن العمل.

واخيرا تندرج عمالة الاطفال ضمن فئة خارج القوى البشرية من الذين لم يتجاوزوا سن الخامسة عشر.

القوى العاملة في الوطن العربي حسب النشاط الاقتصادي

يتصف الوطن العربي بجملة من العمالة حسب الواقع الذي تم طرحه في بداية هذا المبحث ويمكن القول بان الوطن العربي يبرز بعمالة وافرة لو امكن استغلالها عقلا. ففي العمل الزراعي استحوذ هذا القطاع في الوطن العربي على نسبة كبيرة من العمالة ، حيث بلغت نسبة مشاركة القوى العاملة في هذا القطاع مايقارب 17% ، وهذه النسبة تمثل العاملين في الزراعة والصيد والغابات وصيد الاسماك، الا ان النسبة هي اكثر من هذا حيث استبعد الباحث القوى العاملة في قطاعات تابعة للقطاع الزراعي كالثروة الحيوانية والاذنية لتعذر توفر احصاءات حول هاتين الثروتين.

وتعتبر هذه النسبة لمجمل اقطار البلدان العربية لسنوات مختلفة رغم تباين عدد القوى العاملة في القطاع الزراعي ، فان ادنى مساهمة للقوى العاملة في هذا القطاع كانت حصة جيبوتي ، حيث بلغت نسبة مساهمة القوى العاملة في هذا القطاع 0.70 % عام 2005 بينما كانت مشاركة القوى العاملة في القطاع الزراعي في السودان مانسبته 51.08 % عام 2004.

اما في القطاع الصناعي فقد ساهمت العمالة العربية في هذا القطاع بما نسبته 3.34 % حيث كان نصيب قطاع التعدين والمحاجر 1.08 % وقطاع الصناعات التحويلية 8.22 %

وقطاع الكهرباء والغاز والماء بنسبة 0.74 % وايضا لاتعني هذه النسبة لمجمل القوى العاملة في القطاع الصناعي لتعذر الباحث على الحصول على احصاءات عن بقية القطاعات الصناعية القائمة في الوطن العربي كصناعة المواد الانشائية والنسيجية والاستخراجية وغيرها.

اما مايخص قطاع الخدمات الاجتماعية والشخصية فقد بلغت نسبة المساهمة في هذا القطاع مايقارب 31.13 % وبذلك يكون مجموع القوى العاملة في النشاط الاقتصادي مانسبته 51.47 % والنسبة المتبقية 48.53 % تكون مساهمة في نشاطات مختلفة مثل التشييد والبناء والتجارة والمرافق السياحية كالمطاعم والفنادق والنقل والتخزين والمواصلات والعقارات وغيرها من الانشطة الاقتصادية المختلفة. ولمزيد من المعلومات يراجع الملحق المرفق في نهاية البحث.

العمالة الوافدة الى البلدان العربية وآثارها على هذه الدول

العمالة الوافدة.. هي انتقال القوى المنتجة من بلدانها لعدم استطاعة هذه البلدان توفير فرص العمل او ازدياد ظاهرة البطالة فيها او لاسباب اخرى الى دول يكون احتمال الحصول على العمل فيها ميسورا، وتسمى البلدان المصدرة للعمالة بالبلدان المرسله وبالمقابل تسمى البلدان الحاضنة لهذه العمالة بالبلدان المستقبلة للعمالة.

وفي خلال العقود الماضية سجل حجم الهجرة الى بلدان الخليج العربي بوجه الخصوص قفزة كبيرة خلال القرن الماضي وانتقل من مليون الى عشرة ملايين مهاجر عام 2000 موزعة بشكل متفاوت بين دول المنطقة، وكانت اعلى نسبة تركيز للعمالة الوافدة في المملكة العربية السعودية بنسبة 55%.

وكانت العمالة الاسيوية تحتل المرتبة الاولى من بين العمالة الوافدة الى الدول العربية حيث ادى هذا التزايد في وفود العمالة الاسيوية الى اسواق عمل البلدان العربية الى شد انتباه الكثير من الباحثين لدراسة هذه الظاهرة والوقوف على نتائجها المترتبة على اقتصاديات البلدان العربية ، واثار هذا التطور جدلا واسعا حول خطورة هذا العدد على (عروبة الخليج) من ناحية سياسية وثقافية وامنية ، خاصة وان هناك 65 جنسية في الخليج

قد لا يتم التآلف بينهما مع مرور الوقت وان 10 % من العمالة الاسيوية دخلت دول الخليج او مقيمة فيها بصورة غير مشروعة حيث اصبح لبعض الجاليات مدارسها ومطاعمها واسواقها وثقافتها الخاصة بها ضمن بعض الدول الخليجية مما يؤدي بالضرورة الى التأثير على النواحي المختلفة لمواطني الخليج العربي السياسية والثقافية والاجتماعية والامنية خصوصا بعد التزايد المستمر

وكان لهذا التطور الواسع للعمالة الوافدة للدول العربية أثارا خطيرة ، ليس من الناحية الاقتصادية فقط وتأثيرها على زيادة البطالة في هذه البلدان بل كان لها اثرا ايضا على بقية النواحي الاخرى، وكان من بين اسباب تدفق العمالة الاجنبية الوافدة خاصة الى دول الخليج العربية النفطية حرب الخليج الثانية عام 1990 - 1991 حيث هيمنت العمالة الاجنبية وخاصة الاسيوية على سوق العمل الخليجي وحلت محل العمالة العربية اثر عودة 800 الف عامل يمني من السعودية وآلاف العمال الفلسطينيين من الكويت. والجدول رقم (8) التالي يبين حجم العمالة الوطنية والعمالة الاجنبية الوافدة الى بلدان الخليج العربية.

ان المشكلة الحقيقية التي تعانيها البلدان العربية المستقبلية للعمالة الاجنبية ترتبط بنوع من العمالة الوافدة التي تسعى الى الاستقرار والاستمرار في البلاد المستوردة للعمالة وتضم في هذا الاطار كل انواع العمالة الاسيوية التي تجلب للاقطار العربية او التي تفد اليها للعمل في أنشطة طبيعية دائمة وفي خدمة مؤسسات تتوطن في البلاد العربية ، سواء كانت هذه المؤسسات عربية او ذات اصول اجنبية وتشمل هذه العمالة المشتغلين في مؤسسات الخدمات بما فيها المرافق السياحية كالفنادق والخدمات الحكومية وغيرها، وفي اعمال التجارة وفي المصارف والمؤسسات المالية وفي اعمال البناء والتشييد في اطار وحدات المقاولات المحلية ، وفي الزراعة والانتاج الصناعي والنقل والمواصلات وغيرها ، كما تشمل ايضا الذين يجلبون من اجل خدمات شخصية كخدم المنازل والمربيات والسائقين الخصوصيين وغيرهم.

- اسباب تفضيل العمالة الاسيوية على العمالة العربية في دول مجلس التعاون الخليجي:
- 1- تدني مستواجر العامل الاسيوي، كذلك كون العامل الاسيوي اكثر طاعة وربما اكثر مهارة في الاعمال الفنية واكثر تحملا لظروف العمل وتقبلا لاداء الاعمال الخدمية المتنوعة.
 - 2- اسباب تنظيمية جعلت استقدام العمال الاسيويين اسهل واسرع في مختلف المهن المنزلية والشخصية، اذ ان استقدام العمالة من الخارج يتم في جميع الدول عن طريق خطة تشرف عليها وزارة العمل ، ولكن هنا يترك الموضوع بدرجة كبيرة للقطاع الخاص الذي يسير وفق آلية السوق التي تشمل الاجر وتوافد العمال وسرعة استقدامهم. كذلك وجود وكالات تشغيل في الدول الاسيوية ساعد في تشغيل الالاف من العمال الاسيويين ، وكذلك ادت احوالة تنفيذ بعض المشاريع الانشائية الكبيرة في الدول العربية الخليجية لشركات مقاولات آسيوية جلبت معها عشرات الالاف من عمالها الاسيويين واقامة معسكرات او تجمعات العمل في الموقع المراد تشييده.
 - 3- قرب بعض الدول الآسيوية من دول مجلس التعاون الخليجي ، حيث كانت هناك هجرة عمالية من الهند الى عمان وغيرها منذ منتصف القرن التاسع عشر ، وهجرة من ايران في بداية القرن الحالي، كما ان هناك علاقات وثيقة تربط مجلس التعاون الخليجي مع الدول الآسيوية وخاصة الاسلامية منها، كذلك رغبة الدول الخليجية بتنويع عمالها الوافدين لتخفيف الثقل السياسي لجنسية معينة.
 - 4- الطبيعة الدولية لادارة العديد من وحدات الاعمال في بلدان الخليج حيث ينتشر استخدام الادارة الدولية في المؤسسات الفندقية التي هي امتداد الفنادق العالمية وفي المؤسسات الصناعية المملوكة للدولة او المملوكة ملكية مشتركة، وكذلك في الاعمال المصرفية وغيرها من انواع الانشطة الاقتصادية.

الآثار السلبية للعمالة الآسيوية على البلدان العربية:

1- آثارها بالنسبة للثقافة القومية..

تختلف الثقافة السائدة بين العمالة الآسيوية الوافدة اختلافا كبيرا عن الثقافة السائدة في المجتمعات العربية المستقبلية للعمالة. فهناك اختلاف العادات والتقاليد واللغة والدين باستثناء بعض الدول الآسيوية الإسلامية مثل ايران وباكستان وبنغلاديش ، واحتمالات تأثير العمالة الآسيوية الوافدة بأعداد كبيرة ومكوثها في اماكن محدودة سكانيا على السكان الاصليين وتأثرهم بما تحمله هذه العمالة الوافدة من قيم وثقافات، ويذكر الدكتور عبد الباسط في هذا المجال " انه حتى وان كان باللغة العربية خصائص تجعلها تقاوم، فان تماس القيم والثقافات الفرعية يصحبه تباين في بنود الثقافة السائدة في مجتمع معين في فترة زمنية معينة، وهذا التباين يتيح فرص حدوث صراع ثقافي وصراع

قيمي بين الاجيال ، وحيانا على مستوى قيم الشخص الواحد مما قد يفضي الى فوضى قيمه ويشيع انماط الخواء الخلقي واختلال المعايير " (1) والامر الاشد خطورة في التأثير على الثقافة القومية في المستقبل هو الاستخدام الواسع للمبريات الآسيويات في المنازل ودورهن الاساس في تربية وتنشئة الاطفال ولا يقتصر التأثير على اللغة ومفرداتها بل يتعداه الى اكتساب النشئ قيما وعادات غريبة عن القيم والعادات العربية.

2- آثارها بالنسبة للامن القومي والسياسي العربي..

ان اهم المشاكل المستقبلية التي يمكن ان تنشأ هي تكوين مجتمعات متعددة القوميات في اقطار الخليج العربي الصغيرة، فان استقرار الجاليات الآسيوية الكبيرة الحجم يمكن ان يؤدي الى نشوء مثل هذه الظاهرة ، وتاريخيا سبق الاشارة الى ان الجاليات الهندية قد كونت بالفعل مجتمعات مستقرة في شرق افريقيا وجنوب شرق آسيا وحتى في بريطانيا حيث كانت هذه الجاليات تعيش كاقليات في اطار سكاني اكبر من السكان المحليين، اما في اطار البلدان العربية والمجتمعات المدنية الصغيرة المنتشرة في منطقة الخليج فليس من المستبعد ان تصبح هذه الجاليات اكبر من السكان المحليين ومن المحتمل ان تطالب هذه القوميات بحقوق متساوية مع العناصر المحلية العربية، وان يطالبوا ايضا بالمشاركة في السلطة وتحقيق اصلاحات ديمقراطية تمنع اي تمييز ضدهم.

3- آثارها بالنسبة لانتشار الجريمة والانحرافات الفردية..

ان للهجرة الواسعة للأسويين تأثيرا على الجريمة والسلوك الاجرامي في بلاد الاستقبال فينتشر هذا بين مواطني هذه البلدان لان الوافدين وخاصة الأسويين يجلبون معهم انواع الجرائم والجنح لان الظروف التي يعيش فيها الأسويون في بلدان الاستقبال تساعد في ايجاد ظروف مؤاتية لارتكاب الجريمة والسلوك الانحرافي من قبل المهاجر، لان عددا كبيرا من هؤلاء المهاجرين ذكورا ومتوسطي الاعمار من غير المتزوجين او المطلقين اتوا من مجتمعات متخلفة اقتصاديا وثقافيا واغلب المهاجرين هم من بين الناس الاكثر فقرا وأتوا من مناطق فقيرة ومتخلفة في مجتمعاتهم.

وبالاستناد الى الاحصاءات الرسمية حول العدل والامن في دولة الامارات العربية المتحدة تشير هذه الاحصاءات الى مجموع من ارتكب جرائم من غير المواطنين كان في عام 1977 ، 4948 شخصا كان منهم 3858 شخصا آسيويا اي بنسبة 78 % من مجموع جرائم الوافدين ويبين الجدول رقم (9) عدد الوافدين الذين.

استفادوا من قرار العفو عنهم وكما يلي:

جدول رقم (9)

يبين الوافدين الصادر بحقهم العفو من دول الخليج العربي من سنة 1996 - 1998

البلد	الاجمالي
المملكة العربية السعودية	752.241
الامارات العربية المتحدة	200.000
البحرين	32.365
عمان	24.000
الكويت	11.502
قطر	3.000
الاجمالي	1.023.108

المصدر: منظمة الهجرة العالمية 2000 (التقرير العالمي للهجرة)

4- ومن الآثار السلبية المهمة للعمالة الوافدة للدول العربية هو الاثر الاقتصادي المتمثل بالبطالة وذلك يعود لسبب تدني اجور العمالة الآسيوية الوافدة الذي ادى الى ازدياد عدد العاطلين عن العمل في الدول المستقبلية لهذه العمالة وذلك يعود الى تفضيل اصحاب الاعمال لهذه العمالة من جهة قلة الاجور المقدمة لهم ومن جهة اخرى اشغال هذه العمالة الوافدة في الاعمال التي لايرغب المواطن العربي القدوم اليها والعمل بها لنظرة هذا المواطن الى ان هذه الاعمال هي اعمال متدنية وينظر اليها من زاوية (العيب).

البطالة في الوطن العربي بين الواقع والاحتساب

يعتبر موضوع البطالة من اهم المواضيع الاقتصادية والاجتماعية لاي دولة واكثرها خطورة، فكلما زاد عدد العاطلين عن العمل زادت خسائر الاقتصاد الوطني لاي دولة، وتعتبر البطالة من اخطر المشكلات التي تواجه العالم، وهناك من يوصفها على انها تشكل قنبلة موقوتة قد تنفجر في حال لم تقم الدول بخطوات متسارعة لاصلاح اقتصادي جذري.

1- مفهوم البطالة:

ان البطالة هي ظاهرة اقتصادية بدأ ظهورها بشكل ملموس مع ازدهار الصناعة ، اذ لم يكن للبطالة معنى في المجتمعات الريفية التقليدية، وتعتبر البطالة توأم للفقر الذي يعرفه برنامج الامم المتحدة الانمائي " بانه قصور القدرة عن الوفاء بمستلزمات حياة كريمة " وتتصاعب مشاكل العمل في مناطق العالم المختلفة، حيث يواجه اليافعون صعوبة اكبر في الحصول على عمل ، كما لاتحضى النساء بالاولوية نفسها المتاحة للرجال، وهذه الظاهرة هي عزوف الشخص عن العمل، وكذلك عزوف صاحب العمل عن استخدام العمالة لاسباب مختلفة.

وتمثل قضية البطالة في الوقت الراهن احدى المشكلات الاساسية التي تواجه معظم دول العالم باختلاف مستويات تقدمها وانظمتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، فلم

تعد البطالة مشكلة العالم الثالث بل أصبحت واحدة من اخطر مشاكل الدول المتقدمة. ولعل اسوأ وأبرز سمات الازمة الاقتصادية التي تواجه الدول الغنية المتقدمة والنامية على حد سواء هي تفاقم مشكلة البطالة اي التزايد المستمر المطرد في عدد الافراد القادرين على العمل والراغبين فيه والباحثين عنه دون ان يعثروا عليه وحسب رغبتهم الانية، كما تكتسب مشكلة البطالة خطورتها من عدة اعتبارات اهمها:

1- ان البطالة تمثل جزء غير مستغل من الطاقة الانتاجية للمجتمع وبالتالي فانها يمكن ان تترجم الى منتجات (طاقات) مهدورة يخسرها المجتمع.

2- ان عنصر العمل يختلف عن بقية عناصر الانتاج الاخرى في صفته الانسانية، فالآلات ان تترك عاطلة، والارض لايفيدها ان تترك دون استغلال ولكن العامل يشعر بالاحباط اذا لم يجد دورا له في عجلة الانتاج.

3- ان العمل وان كان احد وسائل الانتاج الا انه الهدف من هذا الانتاج، فالهدف من اي نشاط اقتصادي هو تحقيق الرفاهية المادية للانسان.

4- ان البطالة لها الآثار الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي لايمكن اهمالها. فالبطالة تشكل السبب الرئيسي لمعظم الامراض الاجتماعية في اي مجتمع، كما انها تمثل تهديدا واضحا على الاستقرار السياسي والترابط الاجتماعي، فليس هناك ما هو اخطر على اي مجتمع من وجود اعداد كبيرة من العاطلين سوى ان تكون نسبة كبيرة من هؤلاء العاطلين متعلمة وهذه هي احدى سمات مشكلة البطالة في الوقت الحاضر حيث تتفشى البطالة بين المتعلمين او على الاقل تكون اكثر وضوحا بينهم.

وللوقوف على تعريف شامل للبطالة كمفهوم اقتصادي يبين الباحث الاتي:

اولا: البطالة لغويا

البطالة في اللغة.. بَطَل الشئ، وبطولاً ، وبطلانا ذهب ضياعا، ويقال بطل دم القتيل وذهب دمه بطلا اذا قتل ولم ياخذ له ثأر او دية، وبطالة العامل اذا تعطل ، فهو بطل.

ثانيا: البطالة في القوانين الوضعية

في القوانين الوضعية تعرف البطالة بعدم توفر فرص العمل للعمال القادرين على العمل والراغبين فيه والباحثين عنه ، اي انها الحالة التي يكون فيها المرء قادرا على العمل وراغب فيه ولكنه لايجد العمل والاجر المناسبين، وتعتبر البطالة بانها تعطل غير ارادي عن العمل بالنسبة للشخص القادر على العمل، فاذا كان الشخص غير قادر على العمل بسبب العجز والشيخوخة او المرض فلا تعتبر ضمن حدود البطالة.

وهناك من راي انها الفجوة بين النشاط الاقتصادي والعمالة.

أما منظمة العمل الدولية فتعرف البطالة على انها " كل من هو قادر على العمل وراغب فيه ويبحث عنه، ويقبله عند مستوى الاجر السائد ولكن دون جدوى " من خلال هذا التعريف يتضح ان ليس كل من لايعمل هو عاطل عن العمل، فالطلبة والمعاقين والمسنين والمتقاعدين، ومن فقد الامل في العثور على العمل (اليائس) ، واصحاب العمل المؤقت، ومن هم في غنى عن العمل.. لا يتم اعتبارهم عاطلين عن العمل.

ثالثا: البطالة في الشريعة الاسلامية

وتعرف الشريعة الاسلامية البطالة بانها العجز عن الكسب في اي صورة من صور العجز، سواء كان ذاتيا.. كالصغر او العته او الشيخوخة او المرض الذي يقعد عن العمل. او غير ذاتيا.. كالاشتغال في تحصيل العلم ، فعن ابو هريرة قال « قال رسول الله ص " لان يغدو أحدكم فيحتطب على ظهره فيتصدق منه، فيستغني به عن الناس ، خير من ان يسأل رجلا اعطاه او منعه، ذلك فان اليد العليا خير من اليد السفلى، وأبدأ بمن تعول ». لذا فالاسلام رفع من شأن العمل واعلى منزلته وبوأه مكاناً عالياً حتى جعله عبادة يتعبد بها المسلم ابتغاء مرضاة الله. والاسلام لايقر البطالة من اجل الانقطاع

للعبادة ويرى في هذا تعطيلا للدنيا التي أمر الله عباده بالسعي فيها، فيقول سبحانه وتعالى: (فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ).

2- تاريخ البطالة

مرت الانسانية بعقود كثيرة ومن خلالها بدأ نوع من البطالة العفوية التي ظهرت على شكل قلة العمل وكثرة الراحة كما كانت في العصور القديمة حيث كانت هذه البطالة العفوية تحدث بعد حصول الانسان البدائي على الغذاء والنار ويظل هذا الانسان في فترة ركود بعد ذلك لحين ماتتبلور لديه افكار جديدة في كيفية استغلال الطبيعة والتأثير عليها وتسخيرها لخدمته وهذه حالة طبيعية في حياة الانسان القديم.

ولكن البطالة بمفهومها العلمي ظهرت بعد ظهور طبقة البرجوازيين مع الطبقة الاقطاعية وتشجيع ابنائهم للتفرغ للعلم والاختراع الذي انتفع بها البرجوازيون فيما بعد لزيادة انتاجهم ومضاعفة ارباحهم ومن هنا اصبح هاجس الربح هو المحرك لهذه الطبقة لزيادة رؤوس اموالهم، ويوما بعد آخر تزداد هذه الطبقة ثراءً بزيادة ارباحهم ليقوموا بادخار جزء منه يضاف الى راس المال الذي بدأ يتراكم ليعيدوا استثماره في مجال آخر او توسيع اعمالهم مما ادى الى زيادة ملكية عناصر الانتاج وتراكمها بأيدي هذه الطبقة وتظل الطبقة العاملة في مستوى معيشي منخفض لانه لا يستطيع الادخار ولا يملك من عناصر الانتاج شيئاً.

ومع توسع النشاط الاقتصادي للطبقة البرجوازية التي زادت فعاليتها ضمن النظام الرأسمالي ازدادت ارباح المنتجين مما ادى الى استخدام الارباح في توسيع وزيادة الطاقة الانتاجية من معدات ومصانع وآلات بكميات هائلة ، الا ان هذه الزيادة في الطاقة الانتاجية لا يقابلها زيادة مماثلة في دخول الطبقة العاملة ومن ثم لاتزداد قدرة العمال الشرائية بالقدر الكافي لاستيعاب الزيادة في الطاقة الانتاجية باعتبار هذه الطبقة هي طبقة منتجة ومستهلكة في آن واحد، مما يؤدي الى حدوث تكديس في المنتجات ، يتجه عند ذلك

رجال الاعمال الى تخفيض حجم الانتاج عن طريق الاستغناء عن اعداد من القوة العاملة ، وبالتالي تظهر البطالة.

ونتيجة هذا الجشع البرجوازي المتأتي من منابع الفكر الراسمالي الذي يعتبر العامل آلة صماء يستغني عنها متى شاء.

3- حساب معدل البطالة:

ان الاحاطة بحجم وابعاد مشكلة البطالة يتطلب الامر حساب معدل البطالة ، اي حساب نسبة الافراد العاطلين الى قوة العمل المتاحة، ورغم بساطة هذا المعدل فان حسابه يواجه صعوبات كثيرة منها صعوبة المفاهيم التي تتعلق بتحديد ما المقصود بالعاطل، كذلك هناك مشكلة تتعلق بدورية اعلان معدل البطالة، والمقصود بذلك اعلان معدل البطالة كل شهرين او ثلاث شهور او نصف سنة او كل سنة. ففي بعض الدول التي تقل فيها الامكانيات المادية والاحصائية تكتفي بتقدير هذا المعدل كل سنة، وحيانا حسب الظروف ، وطبقا لاحصاءات العمل في بعض البلدان الصناعية المتقدمة ينسب معدل البطالة الى قوة العمل المدنية ، اي بعد استبعاد من يعملون في القوات المسلحة ، وفي بلاد اخرى ينسب المعدل الاجمالي لقوة العمل بما فيها العاملون في القوات المسلحة.

وهنا لايمكن علاج مشكلة البطالة دون وجود تصور لحجم هذه المشكلة وهنا تواجه مشكلة الاحصاءات المنشورة حول البطالة ، فالاحصاءات الرسمية حول البطالة كثيرا ماثير الجدل حول وقتها وشمولها، ففي ضوء تعريف منظمة العمل الدولية السابق والذي ينص على ان العاطل هو ذلك الفرد الذي يكون في سن معين بلا عمل وقادر عليه وراغبا فيه ويبحث عنه عند مستوى الاجر السائد ولكنه لايجده، فانه في ضوء هذا التعريف ان العاطلين يمثلون عادة نسبة مئوية صغيرة من قوة العمل لان هناك فئات من المتعطلين تستبعد ولايشملها الاحصاء الرسمي مثل:

1. العمال المحبطين اي هؤلاء الذين لياسهم من الحصول على عمل فقد تخلوا عن البحث عن عمل.

2. الافراد الذين يعملون مدة اقل من الوقت الكامل، اي يعملون لبض الوقت بغير ارادتهم مع رغبتهم في العمل وقتا كاملا.

3. العمال الذين يتعطلون موسميا خلال فترة مسح البطالة وعمل الاحصاء كانوا يعملون ويوجد هؤلاء بشكل واضح في القطاع الزراعي والسياحي.

4. العمال الذين يعملون في أنشطة هامشية غير مضمونة ويعملون لحساب انفسهم وهم ذوي الدخل الصغيرة جدا.

لذلك تكون احصاءات البطالة الرسمية اقل بكثير من الحجم الفعلي للبطالة. ولحساب نسبة البطالة عموما في اي بلد يتم الاستناد الى هذه المعادلة:

عدد العاطلين عن العمل

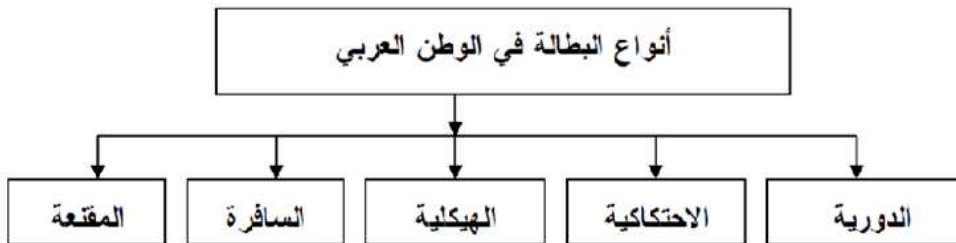
$$\text{نسبة البطالة} = \frac{\text{عدد العاطلين عن العمل}}{\text{اجمالي القوى العاملة}} \times 100$$

اجمالي القوى العاملة

والقوى العاملة هنا يقصد بها جميع الافراد الذين ينتمون لسن العمل وينطبق عليهم مفهوم العمالة والبطالة.

4- انواع البطالة:

يمكن ادراج اهم انواع البطالة في الوطن العربي في المخطط ادناه:



وفيما يلي اعطاء التعريفات لهذه الانواع من البطالة:

1- البطالة الدورية (العالمية):

هي تلك البطالة المرتبطة بحركة الدورات الاقتصادية المعتادة في الاقتصاديات الرأسمالية والتي تمر بمرحلة رواج يزدهر فيها النشاط الاقتصادي وبالتالي يرتفع مستوى التشغيل ثم يتبعها مرحلة كساد ينخفض خلاله حجم الطلب وبالتالي انخفاض مستوى التشغيل، ويصاحب ذلك تسريح للعمالة التي تعود مرة أخرى إلى أعمالها عندما تحدث حالة رواج(1).

2- البطالة الاحتكاكية:

يحدث هذا النوع من البطالة بسبب تنقل قوة العمل بين المناطق والمهن المختلفة وتنشأ بسبب نقص المعلومات لدى الباحث عن العمل ممن تتوافر لديهم فرص عمل حيث يبحث كل منهم عن الآخر.

3- البطالة الهيكلية:

ترجع هذه البطالة إلى تغيرات هيكلية تصيب الاقتصاد القومي وتؤدي إلى حدوث نوع من عدم التوافق بين فرص العمل المتاحة والقدرات والمؤهلات البشرية الموجودة في سوق العمل، وهذه التغيرات قد تكون راجعة إلى تغير في هيكل الطلب على المنتجات أو تغير في الفن الانتاجي المستخدم في انتاج هذه المنتجات أو حتى تغيرات في سوق العمل نفسه، أو بسبب انتقال الصناعات إلى مناطق جديدة. ويعتبر هذا النوع من البطالة أخطر أنواع البطالة حيث أن المتعطل لأسباب هيكلية يجد صعوبة في الحصول على فرصة عمل، كما أن فترة البحث عن عمل قد تطول، وإيضاً فإن العوامل التي أدت إلى عدم حصوله على فرصة عمل قد يصعب حلها والتغلب عليها في الأجل القصير.

4- البطالة السافرة:

والمقصود بها وجود افراد قادرين على العمل وراغبين فيه ولكنهم لايجدون عملاً (1) ، ويعاني جزء كبير من قوة العمل من هذا النوع فهي اما ان تكون دورية او احتكاكية او هيكلية وتزداد حدة البطالة السافرة في الدول النامية حيث تكون اكثر قسوة وايلاما نتيجة عدم وجود نظم لاثابة البطالة او ضالة برامج المساعدات الاجتماعية الحكومية.

5- البطالة المقنعة:

هي تلك الحالة التي يتكدس فيها عدد كبير من العمال بشكل يفوق الحاجة الفعلية للعمل، ويوجد هذا الشكل في القطاع الصناعي في البلدان النامية ، وكذلك في قطاعات الخدمات الخاصة والحكومية (2) وكذلك في القطاع الزراعي. اذن البطالة المقنعة تعني:

1. نقص الانتاج مع توفر الايدي العاملة في مكان العمل.
 2. نقص المردود المالي من العمل حيث ان هذا يؤدي الى انخفاض مستوى الرفاه الاجتماعي.
 3. نقص او عدم استغلال مهارات وقدرات العاملين بالشكل الصحيح والمناسب مما يؤدي الى اهدار الطاقات البشرية وهذه الظاهرة تنتج عادة من عدم التوافق بين نظم التعليم ومتطلبات سوق العمل.
- 5- اسباب البطالة:

ان تصاعد معدلات البطالة في الوطن العربي هي من اخطر التحديات التي تواجه الوطن العربي في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة. وتشير احدث التقارير الى ان معدل البطالة في الوطن العربي يبلغ 20 % اي نحو 19 مليون عاطل عن العمل من اصل 180 مليون عاطل عن العمل في العالم (3) ويمكن تصنيف الاقطار العربية من حيث معدلات البطالة الى ثلاث مجموعات (4):

1. المجموعة الاولى تضم مجلس التعاون الخليجي والتي لاتزيد فيها معدلات البطالة عن 5 %.

2. المجموعة الثانية تضم الاقطار التي لاتزيد فيها معدلات البطالة عن 10 % وتشمل كل من تونس 7.2 %، سوريا 8.95 % ، مصر 8.2 % ، اليمن 8.3 % ، لبنان 8.5 %.

3. المجموعة الثالثة تضم الاقطار التي تزيد فيها معدلات البطالة عن 10 % وتشمل كل من الجزائر 26.4 % ، الاردن 14.4 % ، المغرب 14.5 % ، موريتانيا 10.9 %، ليبيا 11.6 %، السودان 15.9 %.

والجدول رقم (10) يبين المستوى العام للبطالة في البلدان العربية.

1- خلود عطية / تحديات البطالة في المجتمع الفلسطيني وآلية علاجها من منظور اسلامي.

2- د. ابراهيم الغنام / نفس المصدر

3- جاسم السعدون، آفاق الاقتصاد العربي.. ماذا يمكن عمله- الدوحة 2003

4- منظمة العمل العربية - تقرير المدير العام - القاهرة 2002

جدول رقم (10)

المستوى العام للبطالة في البلدان العربية لعام 2005

التسلسل	البلد	السنة	عدد البطالة	معدل البطالة	المصدر
1	الاردن	2006	170.700	13.00	رسمي
2	الامارات العربية	2005	59.041	2.30	تقدير
3	البحرين	2005	18.768	3.40	رسمي
4	تونس	2005	486.307	14.20	رسمي
5	الجزائر	2005	1.448.000	15.30	رسمي
6	جيبوتي	2005	143.700	50.00	تقدير
7	السعودية	2005	458.587	6.05	رسمي

8	السودان	2005	2.600.000	18.50	رسمي
9	سورية	2005	412.860	8.08	رسمي
10	الصومال	2005	1.065.000	24.00	تقدير
11	العراق	2005	2.366.952	29.20	رسمي
12	عمان	2005	68.550	7.50	رسمي
13	فلسطين	2005	194.000	23.50	تقدير
14	قطر	2005	11.114	2.00	رسمي
15	الكويت	2005	27.438	1.67	رسمي
16	لبنان	2005	90.744	8.20	تقدير
17	ليبيا	2005	286.485	17.20	تقدير
18	مصر	2005	2.267.000	10.70	رسمي
19	المغرب	2005	1.748.980	15.70	رسمي
20	موريتانيا	2005	191.840	22.00	تقدير
21	اليمن	2005	834.057	16.30	تقدير
	المجموع	2005	14.950.123	15.30	تقدير

المصدر: تقديرات منظمة العمل العربية استنادا على مصادر احصائية عربية ودولية
وغني عن التعريف ان معدل البطالة بين الشباب دون سن 25 هو نصف المعدل
العام للبطالة وهذه النتيجة تجعل الشباب والبطالة صفتين متلازمتين لفئة من السكان
ينظر اليها دائما على انها الامل والمستقبل وهو ما يهدد المستقبل العربي بالاضافة الى ذلك
فان البطالة انتشرت بدرجات متزايدة بين خريجي التعليم العالي ويشير ذلك بجلاء الى

عدم قدرة السوق على استيعاب الداخلين الجدد المقدر ان يبلغ عددهم حوالي 47 مليون طالب عمل بحلول عام 2010(1).

ويشير الجدول رقم(11) الى معدلات البطالة لدى الشباب في الوطن العربي ، والجدول رقم(12) الى نسبة بطالة الشباب الى اجمالي البطالة في الوطن العربي لحدث سنة متاحة.

جدول رقم (11)

معدلات البطالة لدى الشباب (15-24) سنة لحدث سنة متاحة في البلدان العربية

التسلسل	البلد	السنة المتاحة	معدل البطالة %
1	المملكة الاردنية الهاشمية	2005	38.90
2	الامارات العربية المتحدة	2005	6.30
3	مملكة البحرين	2005	20.70
4	الجمهورية التونسية	2005	26.50
5	الجمهورية الجزائرية	2006	45.60
6	جمهورية جيبوتي	2005	37.80
7	المملكة العربية السعودية	2001	25.90
8	جمهورية السودان	2005	41.25
9	الجمهورية العربية السورية	2005	19.89
10	جمهورية الصومال	2005	43.45
11	جمهورية العراق	2005	45.35
12	سلطنة عمان	2005	19.65
13	دولة فلسطين/ قطاع غزة	2003	33.10
14	دولة قطر	2005	17.00
15	دولة الكويت	2005	23.32
16	الجمهورية اللبنانية	2005	21.34

17	الجمهورية العربية الليبية	2005	27.35
18	جمهورية مصر العربية	2005	25.80
19	المملكة المغربية	2005	15.70
20	الجمهورية الموريتانية	2005	44.32
21	الجمهورية اليمنية	2005	18.70
	المجموع	2005	29.98

المصدر: تقديرات منظمة العمل العربية استنادا على مصادر احصائية وطنية وعربية ودولية.
من الجدول اعلاه نلاحظ ان معدل بطالة الشباب في الدول العربية مرتفعة اذا ما قورنت بمعدل بطالة الشباب في العالم البالغة 14.40% عام 2003 وكذلك في الشرق الاوسط وشمال افريقيا البالغة 25.60% ومنطقة شبه الصحراء الافريقية البالغة 21.10% ودول امريكا اللاتينية والكاريبي البالغة 16.00% وجنوب شرق آسيا 16.40% لنفس العام(2).

جدول رقم (12)

نسبة بطالة الشباب (15 - 24) الى اجمالي البطالة في البلدان العربية لحدث سنة متاحة

التسلسل	البلد	السنة	نسبة بطالة الشباب الى اجمالي البطالة %
1	الاردن	2005	66.01
2	الامارات العربية	2005	47.00
3	البحرين	2005	54.00
4	تونس	2005	65.21
5	الجزائر	2005	70.10
6	جيبوتي	2005	62.20
7	السعودية	2001	60.40

59.35	2005	السودان	8
57.19	2003	سورية	9
61.50	2005	الصومال	10
62.35	2005	العراق	11
-	2003	عمان	12
35.00	2003	فلسطين	13
45.20	2005	قطر	14
46.32	2005	الكويت	15
55.40	2002	لبنان	16
47.34	2005	ليبيا	17
60.30	2004	مصر	18
35.87	2005	المغرب	19
60.25	2005	موريتانيا	20
57.58	2005	اليمن	21
51.62	2005	المجموع	
47.44	2004	العالم	

المصدر: منظمة العمل العربية اعتمادا على مصادر وطنية ودولية

من الجدول رقم 12 نلاحظ ان نسبة البطالة من الشباب في العالم تبلغ 47.44 % من اجمالي البطالة في العالم ، ولكن النسبة الاكبر في بطالة الشباب من اجمالي البطالة تمثلت في الوطن العربي والتي بلغت 51.62 % ، حيث كانت اعلى نسبة بطالة للشباب في الوطن العربي تمثلت في الجزائر حيث بلغت مامقداره 70.10 % عام 2005 وادنى نسبة كانت من نصيب فلسطين 35.00 % عام 2003.

اما الاسباب التي ادت الى تزايد البطالة في الوطن العربي فيمكن ابراز جملة من هذه الاسباب وهي:

- 1- ارتفاع معدلات النمو السكاني العربي.
- 2- عدم التمكن من خلق فرص عمل كافية تتوافق مع الاعداد المتزايدة من الداخلين الى سوق العمل بسبب الانتاج وضعف الاستثمارات.
- 3- الاتجاه نحو تقليص الوظائف الحكومية نتيجة تطبيق برامج الخصخصة والاصلاح الاقتصادي.
- 4- عدم موائمة مخرجات التعليم لاحتياجات سوق العمل في الوطن العربي.
- 5- انفتاح سوق العمل امام العمالة الوافدة من كل دول العالم وبالخصوص الدول الآسيوية.
- 6- تجميد رؤوس الاموال العربية في البنوك العالمية لدى الدول الغربية(1) ادى الى عدم اتاحة الفرصة لتشغيل العمالة الوطنية في مشاريع وطنية لتحقيق خطط التنمية داخل الوطن العربي.
- 7- سيادة ثقافة (العيب) التي تعني عدم استعداد الشباب لممارسة العديد من الاعمال المهنية والحرفية التي هي دون الاعمال المكتبية والادارية في الترتيب الوظيفي.
- 8- الخلافات السياسية بين العديد من اقطار الوطن العربي التي ضيقت فرص العمل للمواطن العربي للانتقال بين هذه الدول بدل العمالة الوافدة الاجنبية.
- 9- سوء التخطيط القومي الذي يؤدي الى عدم اختيار المجالات المناسبة التي يوجه لها الاستثمار القومي.
- 10- عدم وجود مؤسسة معنية لوضع البيانات العربية والمعلومات حول الباحثين عن عمل الامر الذي يضيف غموضا على حجم سوق العمل في الوطن العربي.

- 11- انتشار الامية وتدني المستوى التعليمي وتخلف برامج التدريب.
- 12- فشل برامج التنمية في العناية بالجانب الاجتماعي.
- 13- الظروف السياسية القاسية في بعض بلدان الوطن العربي ادت الى هروب وهجرة الشباب في مختلف الاعمار، وكان نصيب القوى العاملة اكثر مما اصاب الطبقات الاخرى لسعتها وكبر حجمها، فمصادرة الحريات العامة والقمع السياسي الذي تتعرض له في بلدانها كان سببا وراء هروب هذه القوى خارج الوطن مما خلق اختلالا في سوق العمل العربي.
- 14- اغراق الاسواق في البلدان العربية بمنتجات الدول الغنية ذات المميزات التنافسية والتي بالضرورة ستقضي على الصناعة المحلية وبالتالي تزيد اعداد المتعطلين وترفع معدلات البطالة اضعافا عما هي عليه.
- 15- انتشار ظاهرة الفساد الاداري والواسطات والمحسوبية في تشغيل الباحثين عن العمل.
- 16- تفاقم آثار الثورة العلمية التكنولوجية على العمالة حيث حلت الفنون الانتاجية المكثفة لرأس المال محل العمل الانساني في كثير من قطاعات الاقتصاد القومي ومن ثم انخفاض الطلب على عنصر العمل البشري.
- 17- الاعتماد على الاستيراد وعدم السعي الى التصنيع ونقل التكنولوجيا المتقدمة.
- 18- ارتفاع معدل نمو العمالة العربية مقابل انخفاض نمو الناتج القومي.
- 6 - الآثار الاجتماعية للبطالة
- للبطالة آثار عديدة تترك بصماتها على الشاب والاسرة بشكل خاص وعلى المجتمع بشكل عام، فالعمل من الامور الضرورية والاساسية لحياة البشر ولاستقرارهم ، فالبطالة لاتؤثر على اقتصاد البلد فقط بل تؤثر سلبا على فئات المجتمع كافة. ومن هذه الآثار هي:

1- الجريمة والانحراف.. ان عدم حصول الشاب على الاجر المناسب للمعيشة او لتحقيق الذات يلجأ الى الانحراف او السرقة او النصب والاحتيال لكي يستطيع ان يحقق مايريده سواء المال او ذاته.

2- التطرف والعنف.. نجد ان البعض يلجأ الى العنف والتطرف لانه لايجد لنفسه هدفا محددا وايضا كونه ضعيفا بالنسبة لتلك الجماعات المتطرفة فبالتالي تكون هذه الجماعات مصيدة لهؤلاء.

3- تعاطي المخدرات.. نجد ان هناك منهم من يجد ان الحل في تعاطي المخدرات للهروب من الواقع المر الذي هو فيه لانها تبعده عن التفكير في مشكلة عدم وجود عمل وبالتالي النتيجة ان توصل الفرد الى الجريمة والانحراف.

4- الشعور بعدم الانتماء.. هو شعور العاطل عن العمل بعد الانتماء الى البلد الذي يعيش فيه لانه لا يستطيع ان يحقق له او يوفر له مصدرا للعمل وبالتالي ينتمي الى اي بلد آخر يستطيع ان يوفر له فرصة عمل.

5- الهجرة.. والبعض منهم يجد ان الهجرة الى بلاد اخرى هي حل لمشكلة عدم الحصول على عمل وان العمل في بلد آخر هو الحل الامثل له.

6- التفكك الاسري.. والسبب الرئيس لهذا التفكك هو عدم الحصول على فرصة عمل وبالتالي تحدث كل هذه الآثار السابقة والتي تزيد من المشكلات الاسرية، وكلها ناتجة عن المشكلة الرئيسية وهي البطالة.

الواقع

أضح أن الاسباب التي تؤثر الان ومستقبلا على تحجيم العمالة في الوطن العربي سلبا وإيجابا، لم يجد غير العوامل التالية من مجموع 18 عامل يؤثر سلبا على حجم البطالة، وهذه العوامل بشكل او باخر تعتبر عوامل او اسباب عولمية تؤثر بدورها على البطالة في الوطن العربي لكنها لاتعتبر اسبابا رئيسية لهذه الظاهرة بل من مجموع اسباب

عامة للسياسة الاقتصادية في الوطن العربي اثرت على حجم البطالة فيه. ومن هذه الاسباب هي:

1- انفتاح سوق العمل على العمالة التكنولوجية الوافدة:

هذا العامل مهم جدا ومؤثر في ارتفاع وتيرة البطالة في الوطن العربي منذ الثلاثينات من القرن الماضي، حيث وفدت اعداد كبيرة من العمال ذات خبرة تكنولوجية في مجال استخراج النفط وتسويقه مع ايجاد فرص خدمية عالية تتناسب وحجم هذا الحقل النفطي. وهذا كان له اثر كبير في عدم زج العمالة الوطنية في هذا الحقل بل زجهم في اعمال غير فنية مثل الحراسة والنقل والاعمال الغير ماهرة.

كما تواجدت في نفس الفترة مؤسسات ذات علاقة بالنفط مثل التكرير والنقل استخدم فيها العمال الوافدين ايضا ذات الخبرة والمهارة.

وبالامكان القول ورغم مرور عقود على ذلك مازال العامل العربي خارج نطاق العمل الفني في هذا القطاع بسبب عدم وجود تطوير للموارد البشرية العربية في هذا المجال، وهذا العامل سوف يستمر في الوطن العربي ليغطي كل مرافق الانتاج نفطية كانت او غير نفطية ، وذلك لعدم مواثمة العمل والخبرة.

2- توظيف وتجميد رؤوس الاموال العربية في الدول الغربية:

من المعلوم ان احد عوامل الانتاج المهمة هو راس المال، وبما ان البيوتات المالية العربية التي يستحوذ عليها كبار المستثمرين العرب في الخليج العربي ، فانهم يعزفون عن استخدام هذه الاموال في الاستثمار العربي وذلك لمواجهتهم لمخاطر الخسارة والافلاس جراء الوضع الغير امني المريح لهذا الاستثمار بالاضافة الى التعقيدات الروتينية بالاجراءات التنظيمية والقانونية ، لذا يميلون الى استخدام اموالهم قي البلدان ذات الاستقرار السياسي والاداري مثل الغرب الذي يسعى الى جذب هذه الاموال عن طريق الكثير من التسهيلات القانونية لغرض استثمار هذه الاموال في هذه البلدان لتأسيس

مشاريع مختلفة قادرة على استيعاب وامتصاص العديد من العاطلين عن العمل في تلك البلاد.

الواقع ان هذه الاموال والتي تقدر بحوالي 800 مليار دولار امريكي (3) لاتستخدم في الوطن العربي مما جعل معدل البطالة في ارتفاع مضطرد مع معدلات النمو السكاني المتزايدة. ويرى الباحث تاسيسا على دور الرأسمال في انشاء المشاريع بان نسبة 2 % مؤثر على معدل ارتفاع البطالة في الوطن العربي.

3- اغراق الاسواق العربية بمنتجات البلدان الغربية التنافسية:

هذ العامل مرتبط بجودة الانتاج وانخفاض اسعارها مما يسبب في عزوف المنتجين العرب في انتاج نظيراتها لارتفاع تكاليفها وعدم مواثمة التكنولوجيا في هذا العمل، ولو فرضنا امكانية استخدام نفس المصانع في الوطن العربي واستخدام العمالة الاوربية فيها سوف يكون الانتاج مرتفع والاسعار عالية لايخدم الاقتصاد العربي بشيء. وعليه فالواقع لا يستجيب لهذا العمل بل على المنتجين العرب ايجاد بدائل.

4- تفاقم آثار الثورة العلمية التكنولوجية على العمالة:

التكنولوجيا كما هو معلوم حصرا على الدول المتقدمة الخالقة لها، فهي سر من الاسرار، ولايجوز بحال نقلها الى دول العالم الثالث ومنها الدول العربية ليضل يلهث في ركاب الاسياد، يعطونه مايفضل عنهم ويمنعونه مايرغب ويمنونه الآماني ليصلوا او ليتحصلوا منه على مايرغبون.

اذن هذه هي علة التكنولوجيا واهميتها لدى الغرب والشرق على السواء. فهذه الدول المتقدمة تتحكم وتحتكر التكنولوجيا الا باعلى الاثمان وبشروط تتماشى وسياساتها الاقتصادية، وحتى التقليدية منها ، لذا فان التكنولوجيا ممكن ان تكون عامل من عوامل العولمة، توضع للهيمنة على الدول الاخرى من باب الحاجة اليها والتحكم والتبعية فيما بعد لها، وتؤثر سلبا على العمالة في الوطن العربي لان مشغلي هذه التكنولوجيا لاتتوفر لدى الدول العربية مما يتطلب الامر الاستعانة بالعمالة الاجنبية سواء كانت غربية

او شرقية، وتأثير هذه التكنولوجيا على البطالة هو تأثير سلبي وإيجابي في حالة وجود كوادر عربية قادرة على ادارة وتشغيل هذه التكنولوجيا وبمعكسها ستكون سلبية غير قادرة على زج كثير من العمال في هذا المجال، وهنا يكمن السر في عدم وجود صناعات بتروكيمياوية بتكنولوجية متقدمة، حيث اذا ما تم ذلك فسيكون للوطن العربي القوة الهائلة في استثمار وانتاج النفط للتصدير الخام فقط بل في تصدير المنتجات النفطية المتنوعة، مثل البنزين والدهون والمواد الاولية الداخلة في الصناعة البلاستيكية والادوية والاغذية، وبهذا الحال ستكون التبعية الغربية للدول العربية.

الاحتساب

الاحتساب او أخذ الحيطة من تفاقم البطالة في الوطن العربي، وبعد استقراء الباحث للواقع الحاصل في البطالة لابد من وضع بعض الاستراتيجيات لتحجيم مشكلة البطالة وتقليل مخاطرها وقد وضع الباحث جملة افتراضات لهذا الاحتساب وكما مبين في ادناه:

- 1- بالنسبة لتأثير العامل الاول في مجال استغلال الخبرة الوطنية مقابل الاعتماد على العمالة الوافدة، يجب ان نحتسب لهذا الدور لكونه مهما جدا في خفض معدلات البطالة وزج العديد من الخريجين في التعليم العالي او الكوادر الوسطية بعد تاهيلهم في دورات تخصصية في تكنولوجيا وادارة النقل والاستخراج وكذلك الاستفادة من تبادل الخبرات فيما بين البلدان العربية بهذا الخصوص.
- 2- من الاسباب التي ذكرها الباحث يجد انه من الضروري جدا ان تسترجع رؤوس الاموال المستثمرة في الخارج لتوظيفها في الوطن العربي من اجل خلق تنمية اقتصادية تساهم في اقامة مشاريع صناعية من شأنها ان تعمل على استقطاب الكثير من القوى العاملة الوطنية واقامة المشاريع الصغيرة مثل المشاريع التحويلية في القطاع الزراعي والقطاع الصناعي.

3- وجود السلع الاجنبية ذات المواصفات العالية من الجودة وباسعار مناسبة تجعل من السوق العربي ملاذا لها، لذا يمكن الاحتساب لها عن طريق فرض الرسوم الكمركية والضرائب على هذه السلع المستوردة وخصوصا الكمالية منها وكذلك باستخدام الصناعة الوطنية وتطويرها الى مستويات مرغوبة في الشارع العربي كالملايس والاغذية والالكترونيات بشرط الجودة والكفاءة.

4- التكنولوجيا حرب قائمة بين الدول المتقدمة والدول التي بحاجة الى هذه التكنولوجيا، فلا يمكن اعطائها الا بشروط كثيرة وقاسية لذا يجب ان نحتسب لهذه الحرب بحيث نكسبها ذاتيا داخل المجتمع العربي، وذلك بخلق جيل ممكن ان يساهم في خلق التكنولوجيا او بالاكل تقليدها حتى لو تطلب الامر اسعارا باهضة في ذلك، لانها ستكون وطنية وامثلة كثيرة على ذلك مثل السعودية التي استطاعت ان تصل الى الاكتفاء الذاتي للمواد الغذائية من الحنطة والخضروات والدواجن والاسماك بخلقها تكنولوجيا متطورة تستخدم فيها العمالة العربية ، وكذلك الامر بالنسبة للعراق والاردن، وبخلق هذه العملية سوف تستطيع البلدان العربية من استيعاب العمالة من ناحيتين.. الابتكارية والتشغيلية.

وبالبحث يرى ان هذه النقطة مهمة جدا لو راعت الدول العربية هذه المهمة بوطنية عالية دون الاعتماد على الغرب، وبالامكان تقليص البطالة حتى لو في السنوات المقبلة تقريبا 10 % كما هي الحال في الدول المتقدمة الغربية وكذلك الامر بالنسبة لصناعة البتروكيمياويات التي هي في نظر الباحث اقل تكلفة من التكنولوجيا الزراعية وصناعة الاغذية والصناعات التحويلية.

اذن وصلنا هنا الى وضع بعض الامور كأحتساب لمواجهة الحد من البطالة في الوطن العربي.. لم يجد الباحث أمرا هاما يربط به العوامة والبطالة غير هذه النقاط المذكورة، فاذا كانت هي بذاتها بدايات التأثيرالعولمي على العمالة فحري بنا ان نقول ان العوامة قد تأتي من باب آخر وتؤثر بنا كمجتمع عربي ككل ومنها العمالة ولتجعل كل العرب عمال تابعين للآلة الغربية مالم نلوج نحن نحو الآلة المضادة وهي (المعولم) اي الدراية والخبرة والمهارة والمعرفة بأدوات العوامة لكي لانكون ضحيتها.

المراجع

- 1- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، العدد الثاني، المجلد السادس والخمسون، 2003.
- 2- مارك هيسيل " محرر "، ممارسة سلطات الإدارة. مركز المشروعات الدولية الخاصة بالتعاون مع مؤسسة جامعات وسط أوروبا، 2001.
- 3- مركز المشروعات الدولية الخاصة، الإصلاح الاقتصادي اليوم، النشرة الدورية لمركز المشروعات الدولية الخاصة، أعداد متفرقة.
- 4- مركز المشروعات الدولية الخاصة، دليل تأسيس أساليب حوكمة الشركات في الاقتصادات النامية والصاعدة والمتحولة، مارس 2002.

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1- Alamgir, M. Corporate Governance: A Risk Perspective, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo, May 7 – 8, 2007.
- 2- Azab, B. The Role of Commercial Banks in Promoting Corporate Governance of their Clients, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo, May 7 – 8, 2007.
- 3- BIS. Enhancing corporate governance for banking organizations, Basel Committee on Banking Supervision, February 2006.
- 4- Freeland, C. Basel Committee Guidance on Corporate Governance for Banks, paper presented to: Corporate Governance and Reform: Paving the Way to Financial Stability and Development, a conference organized by the Egyptian Banking Institute, Cairo, May 7 – 8, 2007.
- 5- IIF. Corporate Governance in Poland. Institute of International Finance. February 2003.
- 6- Iskander, M. and N. Chamlou. (2002). Corporate Governance: A Framework for Implementation. PP: 119-137. Published in

: Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa Region, edited by: S. Fawzy. Washington: World Bank.

- 7- Fawzy, S. (April 2003). Assessment of Corporate Governance in Egypt. Working Paper No. 82. Egypt, The Egyptian Center for Economic Studies.
- 8- UNDP, Governance for Sustainable Human Development, UNDP Governance Policy Paper, extracted from UNDP web site, Jan. 1997.

مواقع الكترونية:

- 1- www.cipe.org
- 2- www.nacdoline.org
- 3- www.encycogov.com



دار غيداء للنشر والتوزيع

جميع العناوين التجارية - الطابق الأول

خمسوي : +962 7 95667143

E-mail: darghidada@gmail.com

تلاخ العامري - شارع الملكة نازك العبدالله

تلفاكس : +962 6 5353402

جس، بيا : 520946 عمان 11162 الأردن